



Ingeniería en Administración de Empresas
Mención Marketing Digital

Desarrollo plan de negocios

Bee my Friend, una guardería a tu medida.



AUTORES:

DANIEL FUENTES M.
CARLOS STAFORELLI M.

PROFESOR GUÍA:

CAROLINA CORNEJO ORELLANA

Índice

Capítulo I: Descripción General del Proyecto	5
1. Descripción del Problema.	5
2. Descripción de la necesidad y oportunidad.	8
3. Creación de una nueva Unidad o Línea de negocio en una empresa existente	8
4. Descripción de la propuesta de solución innovadora	9
5. Propuesta CANVAS.....	12
5.1 Propuesta de valor.....	13
5.2 Canales.....	13
5.3 Relación con los clientes	14
5.4 Flujos de ingreso	14
5.5 Alianzas clave.....	14
5.6 Actividades clave	15
5.7 Recursos clave	15
5.8 Estructura de costos.....	17
Capítulo II: Formulación e Implementación Estratégica	18
6. Análisis del Macroentorno PESTEL	18
6.1 Factor Político (positivo):	18
6.2 Factor Económico (equilibrado):.....	19
6.3 Factor Socio-Cultural (positivo):	20
6.4 Factor Tecnológico (positivo):.....	21
6.5 Factor Ecológico-medioambiental (equilibrado):	22
6.6 Factor Legal (positivo):	22
6.7 Tablas de ponderación PESTEL	23
7. Microentorno: Análisis Industrial y Competitivo (Basado en el modelo de 5 fuerzas de ...	26
7.1 Análisis de la industria.	26
7.2 Amenaza de nuevos competidores:	27
7.3 Poder de negociación de los proveedores:	27
7.4 Poder de negociación de los clientes:	27
7.5 Amenaza de productos sustitutos:.....	28
7.6 Rivalidad entre empresas existentes:.....	28
8. Benchmarking competitivo de la industria (Sobre la base de los competidores y/o empresas referentes	29



9.	Determinar los Factores Críticos de Éxito de la Industria	30
10.	Análisis Interno del Negocio: Aplicación del modelo de Cadena de Valor	31
11.	Análisis situacional estratégico: Herramienta de planeación estratégica FODA.....	33
11.1	Matriz Tows	34
12.	Ventaja Competitiva.	35
12.1	Fuentes de Ventaja Competitiva	35
12.2	Estrategias de Ventaja Competitiva.....	35
13.	Formulación Estratégica del Negocio: Misión, Visión, Valores (Organizacionales y Humanos), Productos o Servicios y Estructura Legal a utilizar	36
13.1	La misión.....	36
13.2	Visión	36
13.3	Los valores.....	36
14.	Estructura Organizacional	37
14.1	Cargos:	37
14.2	Organigrama:.....	37
14.3	Productos o Servicios principales	37
15.	Estructura Legal	38
16.	Objetivos Estratégicos de la Empresa (General y Específicos)	39
17.	Control Estratégico del Negocio: Balanced Scorecard o Cuadro de Mando Integral.....	40
Capítulo III: Plan de Marketing		41
18.	Objetivos de Marketing.....	41
19.	Segmentación de mercado	42
19.1	Segmentación geográfica	42
19.2	Segmentación demográfica	44
19.3	Segmentación psicográfica.....	45
19.4	Segmentación conductual	45
20.	Inbound Marketing.....	45
21.	Mapa Empático	47
22.	Construcción de Buyer Persona.....	48
23.	Calendario Editorial	49
24.	Estrategia de Marketing Mix.....	50
25.	Formulación de Matriz de ANSOFF	51
26.	Matriz de BCG	53

27.	Mapa de Posicionamiento	54
28.	Aplicación Móvil.....	56
29.	Manual de Marca.....	59
29.1	Logotipo:	59
29.2	Paleta de colores:	60
29.3	Usos correctos e incorrectos de la Marca	60
29.4	Uso y aplicación de la marca en Material Promocional	61
29.5	Uso y aplicación de la marca en Material Promocional	62
Capítulo IV: Plan de Operaciones y recursos humanos.		63
30.	Estructura Organizacional, funcional y legal de la empresa: organigrama de la empresa. 63	
31.	Estructura Funcional	64
32.	Estructura Legal	67
33.	Flujo de Procesos.....	68
34.	Requerimientos de dotación de personal, perfiles de cargos.	69
35.	Perfiles de Cargo.....	70
36.	Política de reclutamiento, selección, contratación, inducción, capacitación y remuneraciones.	79
37.	Presupuesto RRHH.....	82
38.	Investigación de Mercado: Diseño, hipótesis, instrumentos cuantitativos y cualitativos; muestra, recolección y análisis de datos.	84
38.1	Investigación de Mercado	84
29.30	Hipótesis.	84
29.31	Definición de los objetivos.....	85
29.32	Diseño de los instrumentos de medición	85
38.5	Encuesta.....	88
29.30	Determinación de la muestra.....	93
29.31	Análisis de la Demanda.	94
29.32	Recolección de datos	94
38.11	Análisis de Datos	111
Capítulo V. Plan Financiero		114
39.	Inversión inicial.....	114
40.	Proyección de ventas	115



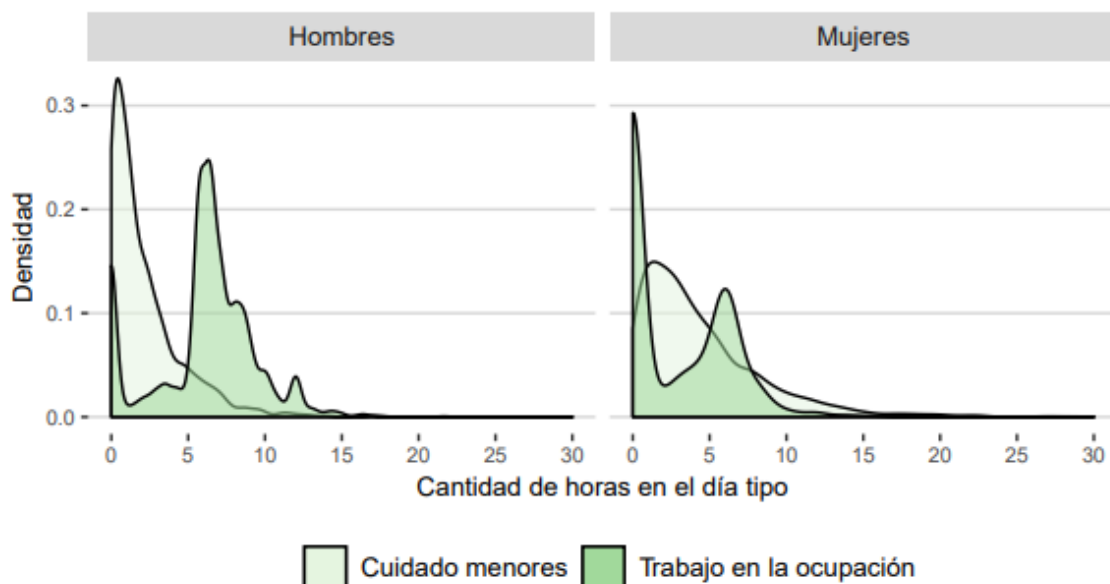
41.	Costos	116
42.	Flujo de Caja (F).....	117
43.	Punto de Equilibrio	118
	118
44.	Tabla de amortización.....	119
45.	CONCLUSIONES.....	121
46.	Bibliografía	122
47.	Anexos.	124

Capítulo I: Descripción General del Proyecto

1. Descripción del Problema.

El cuidado de los hijos es un tema muy importante y a veces complejo, que enfrentan muchos padres y madres actualmente, ya que muchas veces no cuentan con las redes de apoyo suficientes para poder dedicar tiempo a sus trabajos, actividades del día a día, a sus propios gustos e intereses como actividades de entretenimiento, sociales o simplemente disponer un momentos de ocio y descanso. Esta situación los obliga a tener que priorizar ciertas actividades por sobre otras, sacrificando y dejando de lado algunas de aquellas que aportan satisfacción, descanso, bienestar, salud y un estilo de vida sano tanto física como mentalmente.

Según la Encuesta Longitudinal de Primera Infancia (ELPI) del año 2017, el 85% de los niños y niñas menores de 2 años tienen a su madre como principal cuidador, mientras que sólo el 8% tenía a su padre como principal cuidador. Además, sólo el 28% de los niños y niñas menores de 2 años asiste a algún tipo de jardín infantil o sala cuna por lo que demandan mucho tiempo de cuidado dentro del hogar.



Extraído de <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/170631>

Otros datos importantes que arrojó la encuesta (ELPI) tienen relación con la salud de los padres, que muchas veces se sienten sobrepasados y excesivamente preocupados debido a la sobrecarga de responsabilidades que tienen a cuestas:

- *El 24,2% de los padres reportó haber tenido algún problema de salud en el último año.*
- *El 13,4% de los padres reportó haber tenido algún problema de salud mental en el último año, siendo la ansiedad y la depresión los problemas más comunes.*
- *La mitad de los padres (50,1%) declaró haber fumado alguna vez en su vida, y el 15,5% declaró ser fumador activo.¹*

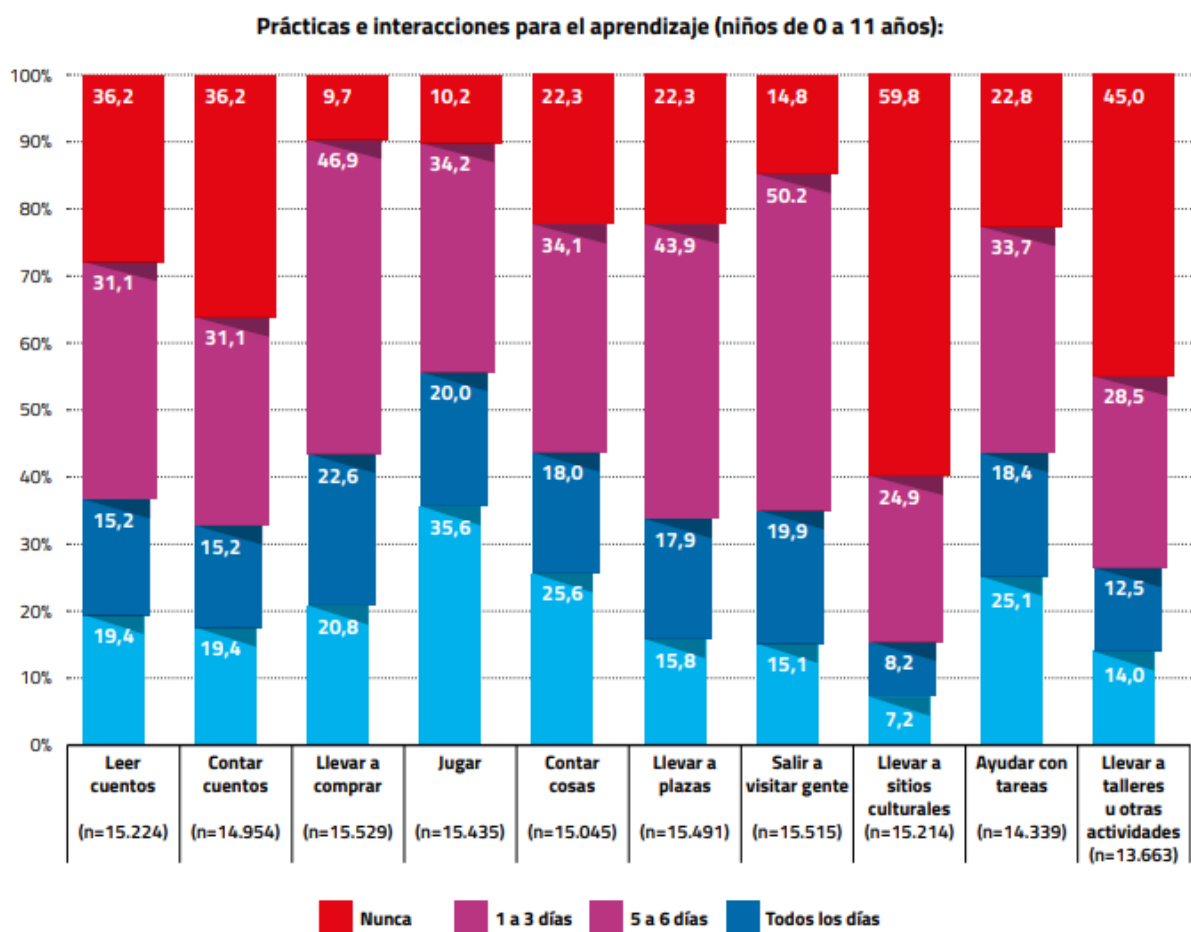
Estos datos además se relacionan directamente con el bienestar de los niños y niñas, ya que son particularmente vulnerables a lo que ocurre dentro de su núcleo familiar y estos factores pueden afectar el desarrollo cognitivo, emocional y físico de los infantes.

Dentro de las dificultades que estos padres y madres pueden encontrar en relación al cuidado de sus hijos podemos mencionar las siguientes:

- Falta de redes de apoyo en el cuidado de hijos en horarios extraescolares, sobre todo en hogares monoparentales o familias pequeñas.
- Falta de flexibilidad en los horarios de trabajo y las limitaciones para tomar tiempo libre para cuidar a los hijos.
- Dificultad para encontrar el equilibrio entre la vida laboral y la vida familiar
- Falta de tiempo y recursos para cuidar adecuadamente a los hijos debido a las demandas del trabajo y otras responsabilidades.
- Encontrar servicios de cuidado infantil de calidad, adecuado y asequible.
- En ocasiones la calidad en los servicios de cuidado infantil no es la más adecuada (monitoras con poca preparación, escasez de monitoras a cargo de muchos niños, instalaciones faltas de mantenimiento y/o aseo)

¹ Ministerio de Desarrollo Social. (2019). Encuesta Longitudinal de Primera Infancia (ELPI): Tercera Ronda. Observatorio Social del Ministerio de Desarrollo Social. Recuperado de <http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/elpi-tercera-ronda>

Por otro lado, según [Naturing Care Framework](#) la primera infancia es una etapa altamente sensible en la vida de las personas. Es fundamental ya que en ella el cerebro evoluciona rápidamente y se establecen los parámetros relacionados a la capacidad de aprender, adaptación al entorno y desarrollo emocional. Es por este motivo que la estimulación temprana juega un papel fundamental en el desarrollo cognitivo y desarrollo motor de los niños (desarrollo físico, habilidades lingüísticas, habilidades matemáticas y socioemocionales, entre otras).



Encuesta Longitudinal de Primera Infancia (ELPI)

2. Descripción de la necesidad y oportunidad.

Necesidad de red de apoyo para padres de hogares biparentales y monoparentales para el cuidado de sus hijos

Se cree que existen tres grandes necesidades que pueden ser resueltas con nuestra idea:

- **Red de Apoyo:** La primera necesidad detectada que buscamos satisfacer es la necesidad de los padres de acceder a una red de apoyo de confianza y profesional, para ayudarlos con el cuidado de sus hijos, red de apoyo que muchas veces es limitada o inexistente en sus núcleos cercanos como familia o amigos.
- **Flexibilidad:** El modelo de negocio permite que los usuarios puedan acceder a un servicio flexible y a la medida, sin tener que adquirir onerosos compromisos económicos obligatorios, como pagar cuotas de incorporación, matrículas o mensualidades. El sistema permite proporcionar soluciones a medida de los padres y escalarlas en la medida que lo requieran, proporcionando una verdadera solución al problema de no contar con redes de apoyo.
- **Contar con un servicio de cuidado infantil de calidad, seguro y adecuado:** El cuidado infantil, como ya mencionamos es un tema muy delicado y al no existir regulaciones formales, no existe ninguna obligación de cumplir con estándares de calidad. Muchas veces existe el temor de los padres al dejar a sus hijos al cuidado de personas sin la capacitación necesaria, en establecimientos que no cuentan con los planes de emergencia básicos, en espacios reducidos o faltos de aseo y orden.

3. Creación de una nueva Unidad o Línea de negocio en una empresa existente

Bee my Friend es un servicio de cuidado infantil por horas que ha sido creado para satisfacer la necesidad de los padres y madres de contar con una red de apoyo segura, confiable y profesional que les permita delegar el cuidado de sus hijos en horarios escolares y/o extraescolares. Además, ofrece el servicio de guardería a domicilio a través de una educadora capacitada y con experiencia en el cuidado de niños. Por lo tanto Bee my Friend es una nueva unidad de negocio que se enfoca en brindar servicios de cuidado infantil a los padres y madres que necesitan una red de apoyo.

Al no contar con el respaldo de una marca o producto existentes en el mercado se hace muy importante establecer un buen posicionamiento, manejo de comunicación y contenidos, y realizar las alianzas clave para potenciar nuestra idea de negocio y la imagen de nuestra marca.

4. Descripción de la propuesta de solución innovadora

Bee my Friend es un servicio de guardería por horas, que nace de la necesidad de los padres y madres de contar con una red de apoyo segura, confiable y profesional, que les permita delegar con el cuidado de sus hijos con tranquilidad en horarios extraescolares, en un lugar seguro y especialmente adaptado para brindar los mejores cuidados y educar a sus hijos, mientras los padres trabajan, realizan trámites, sus actividades sociales o de ocio.

La guardería cuenta con salas acondicionadas y seguras que permiten segmentar a los niños por niveles, todos ellos a cargo de una educadora y una auxiliar en todo momento.

Se realizan actividades educativas y recreativas que cumplen, e incluso exceden algunos de los requerimientos establecidos por el MINEDUC para cada nivel según el programa educacional. Las actividades contemplan el desarrollo del idioma Inglés y las actividades prácticas, motrices y de expresión artística, a través de diversos talleres en los que los niños pueden participar libremente.

Todas las salas están cubiertas por un sistema de monitoreo a tiempo real compuesto por cámaras IP, en las cuales los padres podrán hacer seguimiento en todo momento de sus hijos y las actividades en las que ellos participan ,a través de la aplicación o la página web.

La reserva se realiza online a través de la página web o mediante dispositivos móviles Android e IOS. La reserva se realiza normalmente con 24 horas de anticipación con la asignación de un cupo en una de las salas y educadora a cargo. Se permite la reserva de urgencia con menos de 24hrs si existe cupo disponible, sin embargo, esta modalidad tiene un recargo de 25% en la tarifa regular por hora.

Existe una sala de coworking con estaciones de trabajo, internet banda ancha, impresora y una sala de reuniones individual para arriendo. Estas instalaciones están pensadas para que aquellos padres que quieran permanecer cerca de sus hijos puedan hacerlo y al mismo tiempo puedan participar de reuniones de trabajo.

La aplicación

La aplicación de Bee my Friend es nativa y se descarga tanto en dispositivos Android cómo IOS, y una vez instalada requiere de conexión a internet para su correcto funcionamiento.

El primer paso es la creación de cuenta de usuario con clave y contraseña, posteriormente se procede a la inscripción mediante el registro y llenado de formulario de datos de los padres y de los menores que serán los usuarios finales del servicio.

Los formularios contemplan los datos relevantes de identidad, certificados de nacimiento, comprobantes de domicilio.

También se deben llenar los antecedentes médicos relevantes, consideraciones de salud, alimentarias, o cualquier información de importancia que debieran manejar las educadoras y personal auxiliar de la guardería.

Una vez completado el registro se asigna un número único de usuario para la identificación de cada niño inscrito.

Reserva de horas y compra de planes.

Modalidades de reserva y compra

1. Reserva normal 24hrs de anticipación

- La aplicación permite ver los cupos disponibles en la sala correspondiente al segmento etario de los niños, además de visualizar el nombre y la ficha técnica y hoja de vida de la educadora de turno y la auxiliar.
- Se selecciona el rango horario, y si así lo desean, alguna de las actividades adicionales como talleres de música, artes o inglés con duración de una hora cronológica

- El costo de la hora regular es de \$12.500 IVA incluido y los talleres un costo adicional de \$6.000 por cada uno de ellos.
- El pago se realiza a través de transferencia electrónica, webpay, tarjetas bancarias de débito o crédito.
- La aplicación devuelve una confirmación automática al correo y dispositivos móviles de la compra con el número de ticket, rango horario y servicios seleccionados.

2. Reserva por hora servicio a domicilio (24 hrs de anticipación)

Como servicio secundario se ofrece la posibilidad de contratar horas de guardería a domicilio, a cargo de una educadora capacitada y con experiencia demostrable en el cuidado de niños.

- La educadora asiste al domicilio del contratante del servicio en los horarios establecidos dentro del horario laboral de 8:00 a 18:00 hrs de lunes a viernes, con un valor de \$25.000 por hora, movilización incluida.
- Para turnos de fin de semana el servicio es de 9:00 a 16:00 con un costo de \$30.000 por hora, movilización incluida.
- Ambas modalidades de servicio están sujetas a disponibilidad y con cupos limitados que deben ser reservados exclusivamente en las plataformas oficiales.
- Cada educadora asiste con un maletín de juguetes y materiales didácticos para poder desarrollar las actividades teórico-prácticas programadas para los bloques horarios contratados. Existiendo también la posibilidad de reforzar actividades y contenidos de interés para los padres.

5. Propuesta CANVAS

CANVAS



5.1 Propuesta de valor

Nuestra propuesta de valor es ser **“Tú red de apoyo”**, como hemos mencionado anteriormente, para los padres es de valor incalculable poder contar con una red de respaldo y apoyo confiable, que brinde la tranquilidad y la certeza de que sus niños estarán en las mejores manos y a resguardo, mientras juegan y aprenden. Buscamos representar una extensión de su círculo cercano de confianza que generalmente sólo está restringido a la familia directa. Esto representa un desafío y una responsabilidad enorme por lo que nuestro servicio no aspira a nada menos que la excelencia.

Ser “tú red de apoyo” a la medida, confiable y segura, para ayudarte con el cuidado de tus hijos en forma profesional y con altos estándares de calidad.

SEGMENTO DE CLIENTES

- Todos aquellos padres y madres que necesiten contar con una red de apoyo de confianza y alta calidad, para el cuidado y atención de sus hijos de hasta 8 años en horarios extraescolares.
- Padres con la necesidad de cuidado y resguardo de sus hijos, para poder cumplir con sus jornadas laborales o parte de estas, ya que muchas veces los horarios de los establecimientos educacionales difieren con los laborales y es necesario salir antes del trabajo para poder retirar a los hijos. Esto compromete el normal desarrollo laboral de un padre que necesita cumplir con horarios, reuniones o rendir cuentas a una jefatura, poniendo en riesgo su fuente de trabajo.
- Padres que requieran de tiempo extra para poder realizar sus actividades profesionales, recreativas o simplemente descansar cuando lo necesiten.

5.2 Canales

Redes sociales y publicidad en sitios web de padres y niños.

- Página Web
- Instagram
- Facebook
- Google Ads
- Marketing de contenidos
- Canal de Youtube, artículos, webinars, blogs y prensa.

- Campañas Mailing

5.3 Relación con los clientes

- CRM: utilización de Hubspot para administración, seguimiento y control de base de datos de clientes, administración de campañas, mailing y automatizar marketing digital. Manejo de tickets de post venta y requerimientos de clientes
- Encuestas periódicas de satisfacción del cliente
- Evaluación constante de educadoras por parte de padres
- Reglamento, políticas comerciales y garantías de servicio
- Plataforma de contacto con clientes en aplicación y página web para reclamos, sugerencias, felicitaciones, dudas.
- Chat online web y Chat Whatsapp.

5.4 Flujos de ingreso

- Ingreso por compra de tickets de servicio por horas y mensual
- Ingreso por talleres de actividades complementarias
- Ingreso por Servicio de guardería a domicilio semana y fines de semana
- Ingreso máquina de cafés en sala coworking
- Ingresos arriendo de sala de reuniones

Métodos de Pago

- Tarjetas Crédito /Débito
- Transferencia bancaria
- Efectivo
- Cheques

5.5 Alianzas clave

- Universidades que imparten carreras afines con el objetivo de fomentar las prácticas profesionales en nuestro establecimiento.
- Colegios del sector Ñuñoa, Providencia, Las Condes, Vitacura, Lo Barnechea.

- Alianzas con municipalidades para programas sociales y de apoyo a la comunidad: Se buscará generar convenios con descuentos y beneficios, a través de las municipalidades de Providencia, Las Condes, Vitacura, Lo Barnechea para que éstas puedan en parte subvencionar una fracción del costo del servicio, ya que para un segmento de la población podría ser elevado e inaccesible.
- Alianzas con clínicas cercanas para atención de urgencia y seguros escolares.
- Alianzas con librerías para poder obtener cuentos y textos para niños de diferentes edades.

5.6 Actividades clave

- El Reclutamiento y selección del personal debe ser idóneo ya que estaremos a cargo del cuidado de niños.
- Capacitación constante de nuestras educadoras y monitoras en las últimas actualizaciones en el cuidado de niños pequeños y la primera infancia.
- Difusión de marca y contenidos de calidad.

5.7 Recursos clave

- **Espacio físico:**

El espacio físico debe ser apto para el cuidado infantil; Las instalaciones deben estar adaptadas especialmente para el cuidado y resguardo infantil, sin muebles en mal estado o con bordes peligrosos, el piso debe ser lavable así como idealmente también los muros. Se deben considerar baños para los niños, para el personal y padres o visitantes.

Se requiere una cocina básica ya que no está considerado la prestación de servicios de alimentación, de este modo, cada padre deberá traer las colaciones o alimentos de sus hijos conforme al periodo y horarios de permanencia en la guardería.

- **Insumos de calidad para la atención y el cuidado de los niños.**

- Se deberá contar con insumos de aseo y limpieza personal para los niños como toallas húmedas, papel higiénico, toallas de papel, etc.
- Insumos de aseo de salas, espacios comunes, baño y cocina
- Elementos de cocina como vasos, platos y servicios para niños

- Botiquín de primeros auxilios y soporte vital básico
- **Personal capacitado.**
- El personal es fundamental, debe ser personal de buen nivel académico y pedagógico, titulado de instituciones educacionales reconocidas, capacitado y experimentado en educación y cuidado de niños.
- Además para el modelo de negocio y el posicionamiento deseado el personal debe tener conocimiento y entrenamiento en emergencias y soporte vital básico,

- **Tecnología:**
- Se debe contar con una página web atractiva y funcional, que brinde una grata experiencia al usuario. Conteniendo un landing que reciba el tráfico desde las RRSS mediante campañas de anuncios e inbound marketing, y que contengan call to action potentes pensados para generar leads y tráfico en la web.
- La web debe contar con una plataforma en línea para diferentes opciones de pagos y reservas, así como para la compra de los diferentes productos y servicios, como por ejemplo, los tickets por hora.
- Cámaras IP para monitoreo constante y en línea a tiempo real, desde la App y/o sitio web, para que los padres puedan estar siempre conectados y con la tranquilidad de poder ver en todo momento como se encuentran sus hijos.
- Sistema de calefacción eficiente, seguro, no contaminante y que no represente un riesgo para los niños debido a sus emisiones o a riesgos de accidentes como quemaduras.

- **Juegos didácticos, juguetes, materiales educativos**
- Se debe contar con juegos, juguetes y material didáctico para el aprendizaje y diversión de los niños. Se debe prestar especial cuidado en la selección de cada uno de ellos, privilegiando materiales que sean inocuos y seguros para los niños, que no representen un riesgo físico, químico o biológico. Evitar aquellos elementos que contengan piezas pequeñas que representen un riesgo de asfixia por OVACE (Obstrucción de vía aérea)
- Instrumentos musicales para fines educacionales

5.8 Estructura de costos

- Inversión inicial de arriendo y habilitación de inmueble
- Costos de desarrollo y mantenimiento de la App.
- Diseño, Hosting y dominio Web
- Costos de arriendo y mantenimiento del espacio físico.
- Salarios y beneficios del personal
- Costos de marketing y publicidad
- Impuestos

Capítulo II: Formulación e Implementación Estratégica

6. Análisis del Macroentorno PESTEL

6.1 Factor Político (positivo):

Consideramos que el escenario político es positivo para nuestro negocio dado que no existen impedimentos legales para su funcionamiento ni tampoco una regulación oficial que imponga barreras a la actividad.

El año 2013 ingresó a la cámara de diputados, presentado por los diputados Felipe Harboe, María José Hoffmann, Tucapel Jiménez, Cristián Monkeberg, Alberto Robles, Karla Rubilar y Mónica Zalaquett, en el boletín 8982-18 un proyecto de ley para regular el funcionamiento de los establecimientos calificados como guarderías, sin embargo, el primer trámite constitucional de la cámara de diputados se realizó el 09 de mayo de 2022, siendo archivado por la comisión de familia y sin novedades a la fecha de hoy.²

Por otra parte y de acuerdo a los datos entregados por la tercera ronda de la Encuesta Longitudinal de Primera Infancia (ELPI) de 2017, solo un 23% de niños/as menores de dos años recibía algún tipo de cuidado formal, esto nos indica que son los padres y familiares principalmente quienes realizan esta labor dentro de sus hogares.³

Durante la última década se han fomentado políticas con el fin de promover la igualdad entre hombres y mujeres, por lo que en 2015 se crea el Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género.

En dicho ministerio se han establecido programas y políticas que fomentan la autonomía de la mujer, como por ejemplo el programa 4 a 7, que brinda apoyo transversal económico de la mujer

² Cámara de Diputados de Chile. (2018). Ley de Funcionamiento de las guarderías infantiles. en Chile (Boletín 8982-18). Recuperado de:
<https://www.camara.cl/legislacion/ProyectosDeLey/tramitacion.aspx?prmID=9388&prmBOLETIN=8982-18>

³ Ministerio de Desarrollo Social. (s.f.). Observatorio Social de Chile. Recuperado de
<http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/>

y cuidados infantiles para sus niños de entre 6 y 13 años, estas medidas buscan lograr la inserción en la vida pública, emprendimiento y mercado laboral.⁴

Además se han promulgado medidas pro empleo para las mujeres tales como:

- Licencias maternales
- Licencias por enfermedades de hijos
- Subsidios para el cuidado de los hijos (tanto en el hogar como en jardines infantiles y guarderías)⁵

6.2 Factor Económico (equilibrado):

- Alta inflación en Chile y países de la región, desaceleración económica.⁶
- Dada la crisis sobre las finanzas familiares, son previsibles cambios en la demanda de las familias optando por jardines públicos, con la consecuente presión sobre la oferta de jardines Junji, Integra, VTF⁷

Pese a que el último IPOM nos da luces de una importante desaceleración en el crecimiento económico del país cercano al 1,5% entre 2023 y 2024, la inflación tendería a converger paulatinamente al rango meta de 3% para fines de 2024, esto sin duda ayudará a estabilizar los precios tanto de insumos y proveedores. Además debemos considerar que pese a los bajos crecimientos, nuestro mercado objetivo mantendrá latente la necesidad de nuestros servicios de cara a un mercado laboral complejo frente al cual deberán resguardar sus fuentes laborales y/o de ingresos.

⁴ SERNAMEG. (s.f.). Página de Recursos de SERNAMEG. Recuperado de https://www.sernameg.gob.cl/?page_id=27094

⁵ Ministerio del Trabajo y Previsión Social. (2016). Descanso de maternidad. En Código del Trabajo de Chile (Artículo 195). Recuperado de <https://www.dt.gob.cl/legislacion/1624/w3-propertyvalue-145729.html>

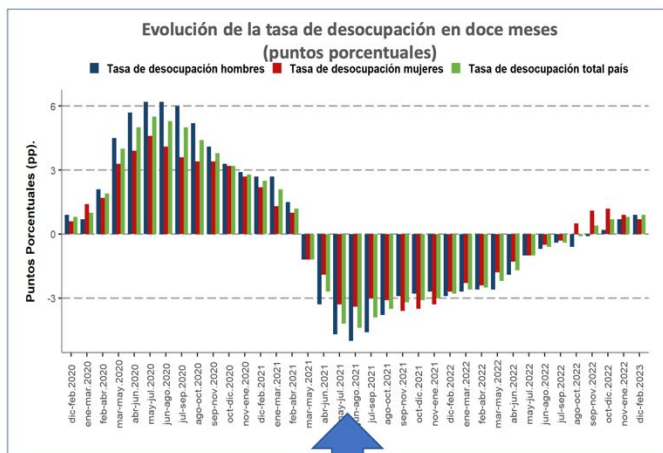
⁶ Informe de Política Monetaria marzo 2023 - Banco Central de Chile. (s. f.). <https://www.bcentral.cl/web/banco-central/contenido/-/detalle/informe-de-politica-monetaria-marzo-2023>

⁷ Cámara de Diputados de Chile. (s.f.). Proyecto de ley 203835: Modifica el Código del Trabajo en materia de inclusión laboral de personas con discapacidad [Documento de comisión]. Recuperado de https://www.camara.cl/verDoc.aspx?prmID=203835&prmTipo=DOCUMENTO_COMISION

En relación al desempleo de acuerdo al INE La tasa de desocupación fue 8,4% y registró una variación positiva de 0,9 pp. en doce meses, siendo estadísticamente significativa. Cuarto aumento después de continuas disminuciones desde febrero-abril 2021. • Con respecto al trimestre móvil anterior (datos con ajuste estacional), la tasa de desocupación no registró variación. Según sexo, los hombres presentaron un aumento de 0,1 pp. y las mujeres no presentaron variación.⁸



La tasa de desocupación de las mujeres fue de 9,0%, en tanto dicha estimación fue de 7,9% para los hombres.



Luego de sostenidas disminuciones en doce meses, se observa el cuarto aumento en la tasa de desocupación nacional y el quinto en la población femenina.

6.3 Factor Socio-Cultural (positivo):

Creemos que el escenario socio-cultural propicia la creación de lugares de cuidado infantil seguros y confiables, a cargo de profesionales competentes, lo que es un escenario positivo para nuestro negocio debido entre otras cosas al aumento en la cantidad de hogares de tipo monoparental, sean estos de tipo nuclear (padre o madre con hijos o hijas) o extenso (padre o madre con hijos o hijas y otros miembros).

⁸ Instituto Nacional de Estadísticas (INE). (2023). Resultados de la Encuesta Nacional de Empleo - ENE Definitiva [PDF]. Recuperado de https://www.ine.gob.cl/docs/default-source/prensa-y-comunicacion/resultados-ene-def-2023.pdf?sfvrsn=11a6d535_2

- En el año 2017 los hogares de tipo nuclear monoparental con niños, niñas y adolescentes representaban al 20,3% de los hogares con niños niñas y adolescentes, mientras que al año 2020 superaban el 25%.
- En el año 2017 los hogares biparentales con núcleo conyugal e hijos o hijas alcanzaban el 52,4%, mientras que en el 2020 equivalían al 47%. Datos obtenidos del informe de desarrollo Social 2022.⁹

6.4 Factor Tecnológico (positivo):

Chile es uno de los países con una mayor penetración de internet y conectividad de la región, según cifras de la SUBTEL:

- Los hogares con acceso a internet fijo alcanzan al 67% aumentando la preferencia por redes de alta velocidad
- Las conexiones de fibra óptica y cable coaxial de alta velocidad representan el 91,8% del total de conexiones del mercado de internet fijo.
- Las conexiones móviles alcanzaron 22,3 millones a septiembre de 2021, lo que representa un crecimiento de un 12,4% en los últimos 12 meses. (2.455.831 accesos nuevos)¹⁰

Además Grandes avances tecnológicos asociados a la gran conectividad nos permiten ofrecer un servicio atractivo y eficiente, para lo cual se contará con:

- Cámaras IP y servicio de Streaming
- App de Reserva online

⁹ Ministerio de Desarrollo Social y Familia. (2022). Informe de Desarrollo Social [PDF]. Recuperado de <https://www.desarrollosocialyfamilia.gob.cl/storage/docs/ids/Informe-desarrollo-social-2022.pdf>

¹⁰ Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL). (2023). Hogares con acceso a Internet fijo alcanzan el 67% y usuarios aumentan preferencia por redes de alta velocidad [Comunicado de prensa]. Recuperado de <https://www.subtel.gob.cl/hogares-con-acceso-a-internet-fijo-alcanzan-el-67-y-usuarios-aumentan-preferencia-por-redes-de-alta-velocidad/>

- RRSS para promoción y campañas de awarness
- Herramientas tecnológicas de educación

Como conclusión la altísima conectividad y el acceso a las nuevas tecnologías nos dan la posibilidad de entregar un servicio tecnológico e innovador y que aporte valor en el cuidado y vigilancia de los niños, con posibilidad de que los padres puedan saber siempre qué están haciendo sus hijos, además de contar con una App móvil y un sitio web diseñado especialmente para poder reservar sus horas, contratar sus planes, supervisar remotamente a sus hijos y solicitar diversos servicios.

6.5 Factor Ecológico-medioambiental (equilibrado):

No existen regulaciones ambientales especiales en este negocio, como así tampoco el servicio de guarderías infantiles genera gran cantidad de residuos o desechos ambientales que pudieran comprometer la actividad o al medio ambiente. Por lo tanto no es un factor externo a considerar como relevante en el análisis del macroentorno

A pesar de esta situación, nuestra iniciativa busca ser una empresa responsable con el medio ambiente y por sobre todo para inculcar estos valores y buenos hábitos en los niños que atenderemos. Para esto se implementarán las siguientes medidas:

- Utilizaremos materiales reciclados e idealmente biodegradables para realizar actividades con los niños de acuerdo a sus conocimientos y capacidades.
- Mantener un ambiente limpio y seguro
- Disponer de normas sanitarias y reglamentos internos
- Adoptar Manual de protocolos de cuidados JUNJI (no obligatorios)

6.6 Factor Legal (positivo):

- No existe regulación por parte de JUNJI ni el Ministerio de Educación que restrinja a las guarderías como tal.

- Obtención de patente comercial en SII y municipalidad.
- Leyes laborales actuales.
- Leyes previsionales.

En Chile las guarderías infantiles pueden funcionar solamente con una patente municipal y no son consideradas establecimientos educacionales. Por esta razón no se encuentran sujetos a las regulaciones de JUNJI o el ministerio de educación (Mineduc).

A pesar de no tener que cumplir con los requisitos de jardines infantiles y salas cunas, nuestro proyecto si incorpora dentro de su columna vertebral contar con profesionales calificados en el cuidado y educación de niños en edad preescolar y escolar, así como cumplir con ciertas normativas referentes al espacio físico, planes de emergencia, etc. Con esta estrategia buscamos diferenciarnos al prestar un servicio de calidad superior y cercano a los mejores establecimientos regulados y por otra parte adelantarnos a una eventual regulación que podría surgir en los próximos años.

6.7 Tablas de ponderación PESTEL

FACTORES POLITICOS			OPORTUNIDAD
5%	1	Falta de Regulación guarderías	6,0
	2	Proyecto de ley regulacion de guarderias	2,0
	3	Acceso a cuidado infantil, encuesta ELPI	2,0
	4	Programas de inseción Mujer (4a7)	3,0
	5	Medidas pro empleo mujer	2,0
PROMEDIO FINAL			3,0
PROMEDIO PONDERADO			0,2

FACTORES ECONOMICOS			OPORTUNIDAD
30%	1	Inflación	3,0
	2	Aumento demanda servicio guarderia	6,0
	3	Desaceleracion económica	3,0
	4	Tasa de desocupación	3,0
	5		
PROMEDIO FINAL			3,8
PROMEDIO PONDERADO			1,1



FACTORES SOCIALES			OPORTUNIDAD
20%	1	Cambio composicion de hogares	6,0
	2		
	3		
	4		
	5		
PROMEDIO FINAL			6,0
PROMEDIO PONDERADO			1,2

FACTORES TECNOLOGICOS			OPORTUNIDAD
35%	1	Conectividad y acceso a internet	6,0
	2		
	3		
	4		
	5		
PROMEDIO FINAL			6,0
PROMEDIO PONDERADO			2,1

FACTORES ECOLOGICOS			OPORTUNIDAD
5%	1		6,0
	2		2,0
	3		2,0
	4		3,0
	5		2,0
PROMEDIO FINAL			3,0
PROMEDIO PONDERADO			0,2

FACTORES LEGALES			OPORTUNIDAD
5%	1	Falta de regulacion Junji	6,0
	2		
	3		
	4		
	5		
PROMEDIO FINAL			6,0
PROMEDIO PONDERADO			0,3

TOTAL PORCENTAJE **100%**

TOTAL PROM FINAL PESTAL **5,0**

En conclusión podemos decir que la inexistencia de impedimentos legales y regulaciones oficiales es un aspecto positivo para el negocio. Otro punto importante es que a pesar de la desaceleración económica y la alta inflación en Chile y la región, la demanda de servicios de guardería sigue siendo alta. Podemos agregar a estos factores que además la alta penetración de internet y la conectividad en Chile brindan oportunidades para ofrecer servicios tecnológicos e innovadores, como cámaras IP, aplicaciones móviles y redes sociales.

Estos factores son especialmente relevantes en el análisis PESTEL realizado, ya que destacan las condiciones políticas, económicas, socio-culturales y tecnológicas favorables para el negocio, así como aquellos factores que debemos observar y estar atentos ya que ante eventuales cambios podrían afectar nuestro funcionamiento y retornos esperados.

7. Microentorno: Análisis Industrial y Competitivo (Basado en el modelo de 5 fuerzas de Porter).

7.1 Análisis de la industria.

La industria de las guarderías infantiles sin duda es, hoy por hoy, muy importante dentro de nuestra economía y los servicios, ya que les permite a padres y madres dejar a sus hijos al cuidado de terceros durante periodos extraescolares (sala cuna, jardines infantiles y colegios) para poder completar sus jornadas laborales, ir a reuniones, entrevistas, realizar trámites, asistir a actividades sociales, de ocio o cualquier otra actividad que pudiera verse afectada en caso de no contar con esta posibilidad.

En esta industria podemos encontrar tanto pequeños negocios familiares, baby sitters, empleadas domésticas que cuidan niños de manera informal, hasta grandes cadenas de guarderías o jardines infantiles establecidos con operación en diferentes regiones y comunas de Chile.

Además cabe mencionar que a la fecha no existe una regulación específica que norme a las guarderías y que proporcione un estándar de calidad, como sí sucede con las salas de cuna y jardines infantiles las cuales se encuentran sometidas a la ley N°20.529 (art. transitorio N°15) que creó el Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Parvularia, Básica y Media y la ley N°20.832 (art. transitorio N°3) que crea la Autorización de Funcionamiento de Establecimientos de Educación Parvularia, con esto se resolvió un problema histórico: la diversidad de certificaciones, con exigencias y propósitos diferentes con que debían cumplir los jardines infantiles y salas cuna, y, de esta forma, dar garantías al sistema educacional chileno respecto a condiciones mínimas de calidad educativa, seguridad y bienestar para los niños y niñas que cursan los niveles parvularios.

Actualmente se encuentra en debate el tema de la regulación de este tipo de establecimientos, ya que se han dado casos muy polémicos donde personas sin la preparación adecuada quedan a cargo de muchos niños, en lugares inapropiados o peligrosos, y los cuidados no son siempre los mejores.

De todas maneras, pese a lo anterior, la industria de las guarderías infantiles actualmente es un mercado en crecimiento, y este tipo de establecimientos son cada vez más demandados por padres y madres que muchas veces no cuentan con redes de apoyo suficientes para el cuidado y atención de sus hijos. Es en este nicho y dado las condiciones antes mencionadas que se generan grandes oportunidades para la realización de un proyecto de una guardería de alto estándar y que

agregue valor en cada una de las etapas del proceso, integrando tecnología, educación y un excelente servicio.

7.2 Amenaza de nuevos competidores:

Si bien es cierto las regulaciones que se deben cumplir para poner en marcha un establecimiento tipo guardería infantil son mínimas, creemos que la mayor barrera de entrada está dada por la alta inversión inicial que involucra un establecimiento de estas características para poder otorgar un servicio de calidad y diferenciado. Con un valor arriendo en comunas del sector oriente que oscila entre \$2.500.000 y \$3.000.000.-, sumado a la contratación de especialistas en educación infantil, compra de insumos básicos, etc. a lo que vemos una inversión inicial de \$25.000.000.-

7.3 Poder de negociación de los proveedores:

Nuestros proveedores tienen un bajo poder de negociación, ya que están conformados principalmente por educadoras de párvulo, técnicos en párvulo, psicopedagoga infantil, librerías, artículos de aseo, etc.

Como bien sabemos existe una amplia variedad en el mercado para acceder a este tipo de servicios y/o insumos. *Al 2010 en Chile habían 28.545 mujeres educadoras de párvulos, y otras 57.580 se desempeñan como asistentes y técnico de párvulos**. Por otra parte en los insumos básicos, artículos de librería, artículos de aseo e insumos en general tenemos una amplia variedad y muchos proveedores, por lo tanto el poder de negociación de los proveedores es bajo.¹¹

7.4 Poder de negociación de los clientes:

Nuestros clientes son aquellos padres y madres o responsables del cuidado de niños menores de 8 años. Actualmente sabemos que existe una amplia variedad de servicios de cuidado infantil por lo que dichos clientes tendrán un alto poder de negociación. Dado lo anterior nuestra estrategia estará apalancada en diferenciarnos a través de un servicio de calidad, a cargo de profesionales

¹¹ La Tercera. (Fecha de publicación). Apenas 49 hombres en el país son educadores de párvulos: U. de Chile y Colectivo Cotonas Verdes buscan eliminar estereotipo de que solo las mujeres cuidan. Recuperado de <https://www.latercera.com/que-pasa/noticia/apenas-49-hombres-en-el-pais-son-educadores-de-parvulos-u-de-chile-y-colectivo-cotonas-verdes-buscan-eliminar-estereotipo-de-que-solo-las-mujeres-cuidan/6VGGHMIFIZH7XIF3GKN2UUQBKI/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20datos%20del%20Mineduc%20del,asistentes%20y%20%C3%A9cnico%20de%20p%C3%A1rvulos>

y en un espacio físico idóneo. De esta manera buscaremos diferenciarnos de nuestra competencia directa y servicios más domésticos, brindando seguridad y tranquilidad a los padres y madres.

7.5 Amenaza de productos sustitutos:

Actualmente existe una gran oferta de servicios de cuidado infantil desde jardines infantiles, after school, guarderías, cuidadores en el domicilio, etc. De todos los productos sustitutos que logramos identificar creemos que ninguno cumple por sí solo las características de nuestro servicio. En cuanto a flexibilidad de horarios, flexibilidad de pagar sólo las horas utilizadas sin necesidad de matrículas o anualidades, servicios adicionales de cuidado a domicilio, etc. Sin embargo, al existir una amplia oferta creemos que la amenaza de sustitutos es alta.

7.6 Rivalidad entre empresas existentes:

Al día de hoy existen una gran cantidad de guarderías y afterschool que podrían considerarse como competencia, sin embargo, al no existir una normativa vigente que regule estos establecimientos, sumado a que cada uno tiene programas y objetivos distintos es difícil catalogarlos como competencia directa. Las guarderías están más enfocadas en el cuidado, mientras que los afterschool en la educación y desarrollo de habilidades pedagógicas y sociales. La propuesta de valor y modelo de negocio de cada uno tiene un foco diferente. Hay que considerar además que la creciente demanda por este tipo de servicios es tan grande que podemos especular que hay mercado para todos ellos. En este escenario la flexibilidad de tener un servicio a medida y con estándares de calidad superiores, sin duda, representará una ventaja competitiva e inclinará las preferencias de los clientes con los recursos necesarios para pagar por estos servicios.

De acuerdo a nuestro análisis realizado podemos concluir que el modelo de negocio puede ser imitado ya que existen bajas barrera de entrada y salida, pero como aspecto positivo estimamos que seremos capaces de recoger parte de la demanda no cubierta por la oferta actual y parte de la oferta ya existente, ya que entregaremos una solución a la medida a nuestros clientes sin la necesidad de pagar matrículas o anualidades elevadas, pagando por un servicio que muchas veces no son utilizados en su totalidad.

8. Benchmarking competitivo de la industria (Sobre la base de los competidores y/o empresas referentes)

Dentro del mercado de guarderías y afterschool podemos encontrar diversas alternativas que podrían considerarse competencias, por estar en el negocio del cuidado de niños, sin embargo, solo tres establecimientos se aproximan con mayor exactitud a nuestro modelo de negocio, en especial por lo que se refiera al cuidado de niños en formato por horas y flexible, a diferencia de los que trabajan con medias jornadas o jornadas completas.

Se evaluaron 5 criterios para nuestro modelo de negocio son fundamentales:

- Servicio por Hora
- Web/App
- Ubicación
- Infraestructura
- Personal

Si el establecimiento cumple se le asigna el valor 1

Si el establecimiento cumple parcialmente 0,5

Si el establecimiento no cumple o no está indicado en su Web o RRSS valor 0

Los resultados se grafican en la siguiente tabla.

nº	Nombre	Clasificación	Región	Ciudad	Evaluación	Propuesta
1	La Casa Juego https://www.lacasajuego.com/	Guardería por horas Guadería a domicilio Cumpleaños	RM	Santiago Av. Elodoro Yañez 2880, Providencia	4,5/5	Guardería por horas LU-VIE 08:00 - 20:00 SAB-DOM 08:00 - 13:00 Más tiempo para ti es más juego para ellos.
2	Casa Magica Club https://casamagicaclub.cl/	Guardería por horas After School Casa de Juegos Cumpleaños	RM	Santiago Padre Hurtado Central 682, Las Condes	3,5/5	Guardería por horas LU-VIE 07:30 - 19:30 SAB-DOM por evento Diseñada para crear sonrisas a Padres e Hijos, un lugar acogedor y entretenido donde los padres descansan y los niños se divierten.
3	https://www.sunnykids.cl/	Jardin Infantil Guardería por horas After School Casa de Juegos Cumpleaños	RM	Santiago Ñandú 7520 , Las Condes	2,5/5	Guardería por horas LU-VIE 08:00 - 19:00 SUNNY KIDS cuida de tu hijo brindándole un día entretenido y lleno de actividades educativas que fortalecerán su desarrollo mientras tu puedes realizar tus actividades impostergables.

Benchmarking Elaboración propia. 2023

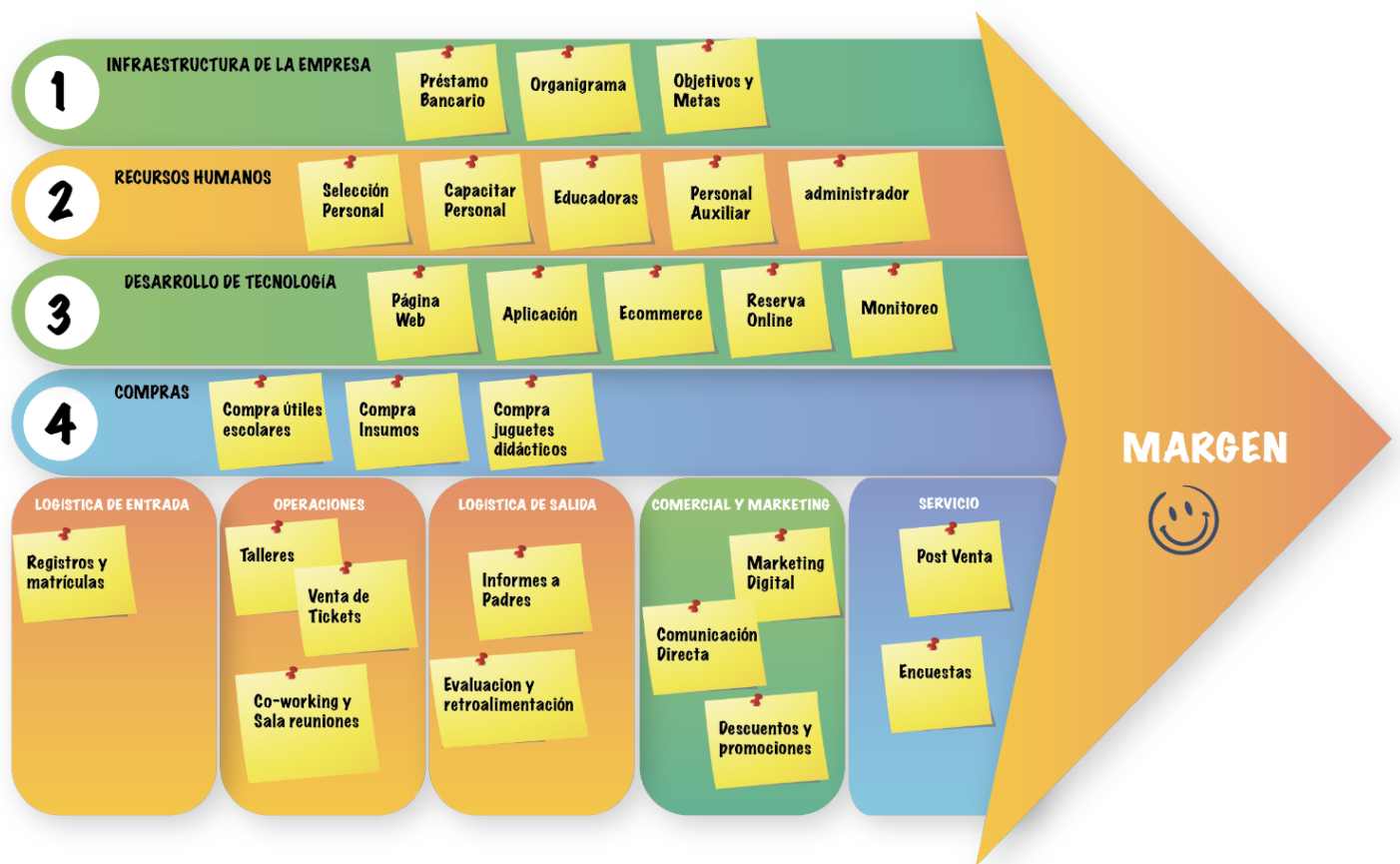
9. Determinar los Factores Críticos de Éxito de la Industria

Existen diversos factores que condicionarán el éxito de nuestro plan de negocio el cual estará sustentado en las siguientes

- **Financiamiento:** Como primer elemento fundamental a considerar es la disponibilidad y aseguramiento de los recursos financieros necesarios para generar la inversión inicial y permitir mantener la continuidad operacional del negocio al menos por 6 meses, mientras se consigue obtener la cantidad suficiente de clientes e ingresos que permitan que este se auto sustente y genere dividendos.
- **Personal:** Otro factor que resulta ser crítico para nuestro negocio es poder contar con el personal necesario, tanto en cantidad como en calidad, ya que estarán a cargo de niños en edad pre-escolar y escolar por lo tanto debe ser suficiente, idóneo y acorde a las exigencias de los infantes. Es importante contar con personal capacitado, experimentado y dedicado, ya que el cuidado y la atención que brinden al niño es crucial.
- **Infraestructura:** La infraestructura debe contar con las características adecuadas que permitan desarrollar las actividades de cuidado y aprendizaje en forma normal, debe ser segura e higiénica y que además sea atractiva y agradable, en donde se promueva la interacción social, aprendizaje y desarrollo cognitivo de los infantes.
- **Alto nivel de asistencia y periodicidad de niños.** Factor relevante ya que se correlaciona con el nivel de ventas y por lo tanto ingresos de recursos necesarios para mantener las operaciones y generar ganancias.
- **Capacitación constante:** En un ambiente en constante cambio, es importante que exista un plan de actualización continua en temas relacionados con la educación infantil, manejo de emergencias, seguridad de los niños. La capacitación constante asegura que nuestros colaboradores cuenten con las habilidades necesarias para brindar una atención de calidad a los niños y las familias, lo que sin duda es fundamental para mantener la competitividad y la imagen de una marca de calidad.
- **Horarios:** La flexibilidad en los horarios es un factor crítico para los padres, especialmente para aquellos que tienen horarios laborales cambiantes o no tradicionales. Un servicio de cuidado infantil con horarios flexibles y diferentes modalidades de contratación o reservas se hace una muy buena alternativa para los padres y madres de familia, especialmente en periodos extraescolares donde las opciones de red de apoyo se reducen como por ejemplo en periodo de vacaciones

- **Precios competitivos:** Si bien, el negocio no está concebido para ser un servicio económico debe tener precios competitivos dentro del segmento de mercado target

10. Análisis Interno del Negocio: Aplicación del modelo de Cadena de Valor



Resumen de cadena de valor:

La inversión de la empresa está compuesta en un 80% por un préstamo bancario, y el 20% restante es aportado por dos accionistas.

La inversión inicial está destinada principalmente al arriendo del espacio físico, salarios e implementación de equipos, muebles, materiales e implementos para poder iniciar las operaciones, cumplir los objetivos y metas definidas en el proyecto.

Resulta clave el reclutamiento de personal que se hará a través de plataformas tradicionales como LinkedIn a cargo de la persona designada como administradora.

El uso de herramientas tecnológicas en este proyecto tiene un lugar preponderante, ya que permitirá la fluidez del negocio y las operaciones al permitir la difusión del negocio, comunicación con los clientes o prospectos a través de la Web, RRSS y App, como también la venta de los productos y servicios.

Las compras están a cargo del jefe de administración y finanzas y corresponden a material educativo, juguetes, útiles y papelería, artículos de aseo, materiales de oficina

11. Análisis situacional estratégico: Herramienta de planeación estratégica FODA.



11.1 Matriz Tows

	<p>FORTALEZAS</p> <p>F1-Servicio innovador y tecnológico F2-Planes Flexibles que se adaptan a diferentes necesidades F3-Personal especializado en el cuidado, atención y educación de niños F4- Servicio con alto nivel tecnológico F5- Estimulación temprana del aprendizaje F6-Altos estándares de calidad (Programa educativo, instalaciones seguras y adaptadas a las necesidades de los niños)</p> 	<p>DEBILIDADES</p> <p>D1-Marca desconocida y sin posicionamiento D2- Desconocimiento y sin experiencia en rubro D3- Sin servicios de alimentación y transporte D4-Recursos limitados D5-Precios elevados</p> 
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>O1-Creciente demanda por servicios de cuidado infantil de calidad O2- Ausencia en el mercado de guarderías con horarios adaptativos. O3- Posibilidad de expandir el negocio a otras comunas o regiones O4-Aprovechar RRSS y el marketing digital para dar visibilidad a la marca O5-Posibilidad de diversificar la marca con servicios complementarios</p> 	<p>ESTRATEGIAS</p> <p>F1-F6-O1,O2,O3: Lanzamiento y campaña de awareness en RRSS. Promoción de servicio y beneficios.</p> <p>F1-F4-O1,O2,O4: desarrollo de WEB/APP con sistema de reserva, Monitoreo a tiempo real, ecommerce</p> <p>F6-O1 Crear Programa educativo de alta calidad con estimulación temprana, talleres y contenidos de calidad</p> <p>F1-F6 establecer productos secundarios: <u>Co-working</u>, cumpleaños</p>	<p>ESTRATEGIAS</p> <p>D1-O4: Campañas patrocinadas permanentes en Facebook, Instagram, LinkedIn SEM/SEO para promover marca y posicionamiento.</p> <p>D5-O1,O2: Precios especiales de lanzamiento, promociones y descuentos por compra de paquetes de tickets.</p>
<p>AMENAZAS</p> <p>A1-Dependencia de inmueble:Alto poder de negociación de arrendador A2-Alta competencia en el mercado del cuidado infantil A3-Posibles cambios legislativos y/o políticos actualmente en discusión que pueden afectar el funcionamiento A4-Malas perspectivas v bajo crecimiento económico proyectado A5- Inflación A6- Guarderías internas en empresas A7- Enfermedades estacionales</p> 	<p>ESTRATEGIAS</p> <p>F1-A2: Propuesta de servicio diferenciado que se adapte a las necesidades de cada padre.</p> <p>F6-A3: Elaborar reglamento interno que cumpla y exceda las legislaciones de jardines infantiles JUNJI y MINEDUC</p> <p>F1,F6-A7: Establecer protocolos sanitarios alineados con MINSAL, JUNJI, MINEDUC para prevenir contagios, resguardar a niños y familias</p> <p>F4-A7: Plataforma con contenido educativo y recreativo online, streaming y repositorio</p>	<p>ESTRATEGIAS</p> <p>D4-A1: Generar contrato de arrendamiento a largo plazo que resguarde la permanencia en el inmueble</p> <p>D5-A4: promoción de lanzamiento con 30% de descuento en paquetes de horas para socios nuevos.</p> <p>D2-A3: Programa de capacitación para el personal en educación y técnicas pedagógicas, así como aspectos regulatorios y legislativos.</p> <p>D4 - A4, A5: Diversificación de proveedores que nos ofrezcan precios más competitivos sin comprometer la calidad del servicio otorgado.</p>

12. Ventaja Competitiva.

La ventaja competitiva que nosotros definimos para nuestro negocio es la diferenciación.

La idea es poder diferenciarnos de la competencia al satisfacer las necesidades de padres que requieren servicios flexibles y específicos por períodos de tiempo variables.

Esta propuesta puede atraer a padres que trabajan en horarios atípicos, tienen compromisos esporádicos o simplemente necesitan una opción de cuidado infantil a corto plazo.

12.1 Fuentes de Ventaja Competitiva

- Capacidad de adaptación: la habilidad de adaptar nuestros servicios y horarios para satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes. Reservas y pagos por horas específicas según conveniencia.
- Oferta única: características o servicios únicos que no se encuentran fácilmente en otras guarderías. Actividades extracurriculares específicas y servicios adicionales exclusivos.
- Calidad y cuidado excepcionales: Alto nivel de cuidado y atención individualizada a los niños. Personal altamente capacitado, ratios de cuidadores por niño adecuados.
- Tecnología y comunicación: tecnología de vanguardia para mejorar la comunicación con los padres, ofrecer monitoreo en tiempo real y proporcionar un acceso fácil a información relevante. Una página web y aplicación móvil intuitiva.

12.2 Estrategias de Ventaja Competitiva

- Enfoque en nicho: nuestro enfoque estará dirigido a un segmento de mercado específico y satisfacer sus necesidades de manera más precisa que la competencia.
- Flexibilidad en los servicios: Nos diferenciaremos al proporcionar servicios flexibles que permitan a los padres reservar y pagar por el tiempo de cuidado que realmente necesiten, así como para satisfacer las necesidades de quienes requieren servicios ocasionales o temporales.
- Innovación constante: Nos enfocaremos en la innovación y mejora continua de nuestros servicios y operaciones apalancados en el uso de la tecnología.

13. Formulación Estratégica del Negocio: Misión, Visión, Valores (Organizacionales y Humanos), Productos o Servicios y Estructura Legal a utilizar

13.1 La misión

Ser una red de apoyo para las familias representado por servicio de cuidado infantil escolar y extraescolar, consistente en un servicio de contratación por hora de alta calidad, donde los niños y niñas se sientan seguros, cómodos y felices, y que de esta forma permita a sus padres realizar sus actividades laborales, personales o de ocio con tranquilidad.

13.2 Visión

Ser la guardería líder en el mercado, reconocida por ofrecer un servicio flexible e innovador, a través de una red de apoyo confiable, de excelencia y que brinde tranquilidad y seguridad a los padres mientras trabajan, realizan sus trámites o actividades personales.

13.3 Los valores

Nuestros Valores:

- Compromiso con el cuidado, seguridad y bienestar de nuestros niños
- Profesionalismo
- Ética laboral y Honestidad
- Respeto
- Educación
- Compromiso social
- Compromiso con el medio ambiente

14. Estructura Organizacional

14.1 Cargos:

- Director
- Jefa Académica
- Secretaria y Recepcionista
- Directora pedagógica
- Profesora de educación básica
- Educadoras de párvulo
- Psicopedagogos y psicólogos

14.2 Organigrama:

El organigrama está compuesto en primera instancia por un Director/a, de quien depende una Jefa pedagógica y una secretaria administrativa recepcionista en forma directa. El Director se encarga principalmente de la administración, finanzas, cumplir los objetivos, presupuestos.

La secretaria administrativa se encarga de la logística, compras y la externalización de los servicios adicionales como por ejemplo los de marketing, web, SEM/SEO y Ads, que serán externalizados a través de una agencia de marketing digital y bajo la supervisión de la administración.

La Jefa pedagógica de la guardería tiene a cargo en forma directa, a la profesora de educación básica, las educadoras de párvulo, técnicos en educación de párvulos, auxiliares y personal especialista de staff de apoyo como psicólogos y psicopedagogos entre otros.

14.3 Productos o Servicios principales

- Servicios de cuidado de niños de 0 a 8 años o también denominado guardería, por venta de tickets por hora, de modo flexible y según la necesidad de los padres contratantes
- Servicio de guardería a domicilio, mediante la asistencia de una educadora o técnico de párvulos, previamente capacitada y entrenada en la metodología y sello que la empresa quiere imprimir en sus servicios.
- Realización de cumpleaños y actividades recreativas

15. Estructura Legal

Las sociedades por acciones (SpA) existen en Chile desde el año 2007 y fueron introducidas como una forma práctica de simplificar las Sociedades Anónimas (SA). De hecho son reguladas por la Ley N° 18.046 que es la misma que rige a las Sociedades Anónimas.

Este tipo de sociedades pueden tener entre 1 y 499 socios, y una de las ventajas que poseen es que puedes ir incorporando nuevos socios o ir terminando el vínculo con otros (a través de la compraventa de acciones).

Las SpA además te permiten realizar diferentes actividades y tener un objeto social amplio por lo que puedes tener diferentes giros con un mismo Rut. La estructura del nombre es flexible y menos estructurada que otro tipo de sociedades como las EIRL.

La responsabilidad de los socios está limitada por los montos de sus aportes de capital.

Existirá un Gerente general quien asumirá el rol de representante legal de la sociedad y estará encargado de la gestión y administración de la misma.

Permisos necesarios:

- Se debe constituir la sociedad como tal.
- Se debe inscribir la sociedad en el Registro de Comercio de la región informando los datos relevantes como nombre, capital social, tipo de administración, entre otros.
- Se debe realizar iniciación de actividades y obtener patente municipal, además de cumplir con los aspectos tanto de las leyes laborales como previsionales.
- Impuestos y tributos: La sociedad por acciones deberá cumplir con las obligaciones fiscales correspondientes ya que esta actividad se encuentra gravada por IVA.
- También la sociedad se encontrará sometida a las normas de Ordenanza General de Urbanismo y Construcción que dicen relación con la habitabilidad, seguridad y estabilidad
- Se debe obtener permiso municipal y permisos que estipule el municipio correspondiente, además de obtener la autorización sanitaria.

16. Objetivos Estratégicos de la Empresa (General y Específicos)

El **objetivo general** de la empresa es, transformarse en la mejor alternativa para los padres que necesiten contar con una red de apoyo en el cuidado de sus hijos, proporcionando un servicio de alta calidad, que les permita tener una alternativa segura y enriquecedora para sus hijos y flexible y adaptable para los padres.

El servicio de cuidado infantil por horas estará sustentado en un modelo innovador y altamente tecnológico. La estrategia del negocio está basada principalmente en la diferenciación del servicio ofrecido y el valor que esto genera para cada uno de los usuarios, ya sea los padres que contratan el servicio y finalmente los niños como beneficiarios del servicio. Todo esto basado en los siguientes pilares:

- Calidad
- Flexibilidad
- Seguridad
- Confianza





Objetivos específicos:

- Proporcionar un ambiente seguro, saludable y educativo para los niños, de acuerdo a su edad y nivel de desarrollo.
- Ofrecer un horario flexible que permita a los padres dejar y recoger a sus hijos en diferentes momentos del día.
- Brindar una atención personalizada a cada niño, garantizando que sus necesidades individuales sean atendidas.
- Fomentar el desarrollo social, emocional e intelectual de los niños, proporcionando actividades y juegos adecuados para su edad y nivel de desarrollo.
- Mantener una comunicación abierta y efectiva con los padres, informando sobre el progreso y las actividades diarias de los niños.
- Contar con personal capacitado y experimentado en el cuidado de niños, que proporcione un ambiente de cuidado seguro para los niños.
- Cumplir con los requisitos legales y de seguridad establecidos para el cuidado de niños.

17. Control Estratégico del Negocio: Balanced Scorecard o Cuadro de Mando Integral

Balanced Scorecard o Cuadro de Mando Integral



Perspectiva	Objetivos	Indicadores	Metas	Iniciativas
Perspectiva Financiera 	<ul style="list-style-type: none"> -Ser rentables al primer año de actividad -Nivel de ventas -Disminuir costos -Liquidez 	<ul style="list-style-type: none"> -EFFF: Resultado del ejercicio -% de cumplimiento facturación 	<ul style="list-style-type: none"> -90% rentabilidad primer año -Facturación 10mill/mes 	<ul style="list-style-type: none"> -Lanzamiento y campaña de awarness, captación de clientes -Promociones y detos, convenios con instituciones publicas y privadas
Perspectiva del Cliente 	<ul style="list-style-type: none"> -Ser percibidos como servicio de excelencia - Encontrar puntos de mejora 	<ul style="list-style-type: none"> -Encuestas de satisfacción: escala Likert, notas -sugerencias, reclamos, felicitaciones 	<ul style="list-style-type: none"> -Obtener nota 6 sobre 7 Satisfacción >80% Responder 100% de tickets de Hubspot post venta 	<ul style="list-style-type: none"> -Habilitar encuestas en Web/App Manejo tickets post venta en Hubspot, respuesta max 48 hrs
Perspectiva de procesos internos 	<ul style="list-style-type: none"> -Pagina Web atractiva y funcional. -Mantener actualizado y funcional e-commerce 	<ul style="list-style-type: none"> -Visitas, Visualizaciones, Flujo de navegacion, Tasa de Rebote Ventas Productos por canal 	<ul style="list-style-type: none"> -Visitas 7K/mes primer semestre, 10K fin 2023 -80% de Ingresos por ecommerce por vent tickets por hora contrata-da 	<ul style="list-style-type: none"> -Marketing de contenidos, campañas patrocinadas RRSS, -80% de Ingresos por ecommerce
Perspectiva de aprendizaje y crecimiento 	<ul style="list-style-type: none"> -Capacitación Areas pedagógicas -Capacitación Soporte vital básico -Capacitación en emergencias 	<ul style="list-style-type: none"> -Número de horas de capacitacion -% de alumnos certificados -% de trabajadores totales capacitados 	<ul style="list-style-type: none"> -Alcanzar 8 horas de capacitacion P/P/mes -50% de Trabajadores certificados en los primeros 6 meses -100% de Trabajadores certificados en los primeros 6 mesesdos 	<ul style="list-style-type: none"> -Alianza con Institutos/Universidades -Alianza con OTEC -Alianza con OTEC

-Gráfico de Balance ScoreCard - Elaboración Propia

Capítulo III: Plan de Marketing

18. Objetivos de Marketing

El principal objetivo de nuestra estrategia de marketing en una primera etapa consiste en dar a conocer la marca y generar el posicionamiento deseado, para eso al comenzar las actividades lanzaremos una campaña de awareness para contar una historia y generar conciencia del problema que representa para los padres no contar con una red apoyo y por otro lado los beneficios de tenerla, representada en Bee my Friend.

A través de esta campaña de awareness también se buscará generar interés, educar al público objetivo y aumentar la visibilidad de la marca.

Para poder lograr esto y como primer paso se realizará un estudio de mercado en las comunas target Las Condes, Vitacura, Lo Barnechea, Providencia y Ñuñoa. Considerando residentes y población flotante.

El estudio consistirá en una encuesta a través de la plataforma google forms

El estudio tiene por objetivo conocer:

- ¿Quién es nuestro cliente?
- Características Socio económicas
- Puntos de contacto
- Hábitos
- Relaciones y actividades

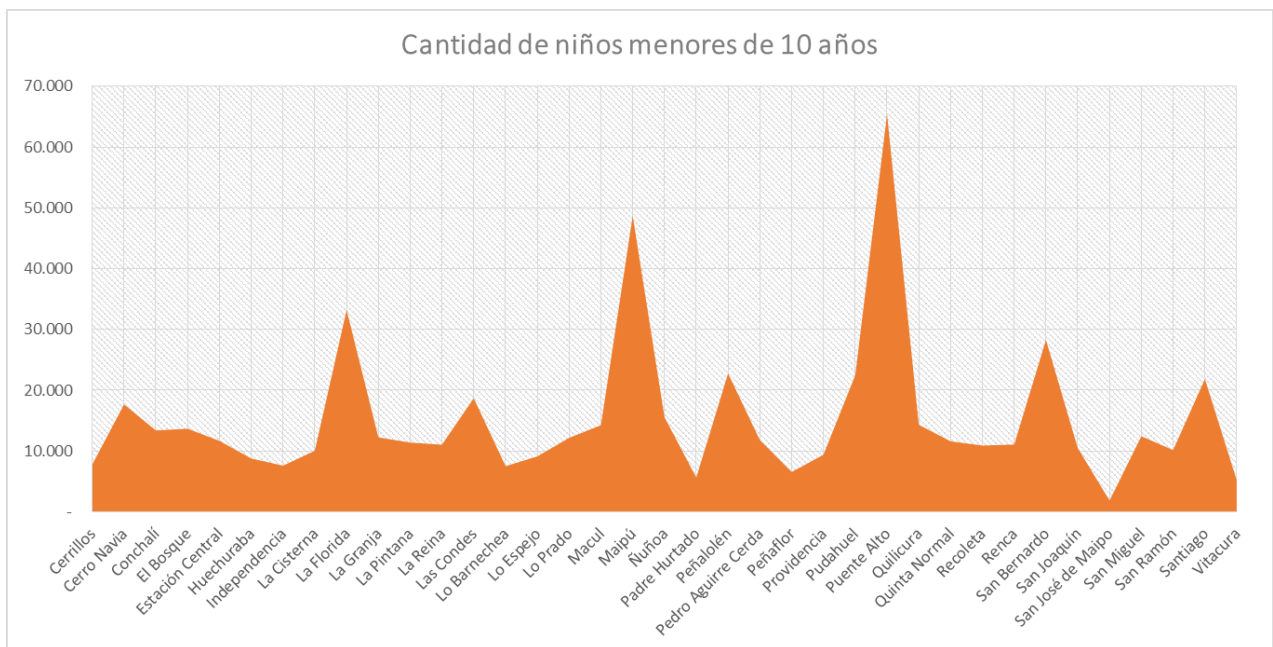
Una vez analizados los datos podremos perfilar nuestros mapas de empatía, buyer persona, definir contenidos y los presupuestos para:

- Definir Objetivos y Metas de marketing
- Campañas de Marketing digital
- Campañas de Inbound Marketing
- Campañas de Outbound Marketing
- Campañas de reconocimiento de Marca

19. Segmentación de mercado

19.1 Segmentación geográfica

Para determinar nuestra demanda potencial y tamaño del mercado, analizaremos datos secundarios obtenidos principalmente del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) que fueron recopilados en el CENSO 2017, y datos del Ministerio de Desarrollo Social y Familia recopilados a través de la encuesta CASEN (2017).



Elaboración propia, datos Censo 2017

Nuestro interés está enfocado en las comunas del sector oriente de Santiago, de las cuales en términos de cantidad de habitantes menores de 10 años la lista la encabeza Peñalolén, seguida por la comuna de Las Condes. Debido al tipo de servicio que entregará “Bee my Friends”, y el alto costo operativo, el precio estará enfocado en sectores de alto poder adquisitivo el cual será más fácil acceder ubicándonos en la comuna de las Condes, la cual colinda al norte con Vitacura, al nororiental con Lo Barnechea, al sur con La Reina y Peñalolén, y al poniente con Providencia, permitiéndonos abarcar mercado de dichas comunas.

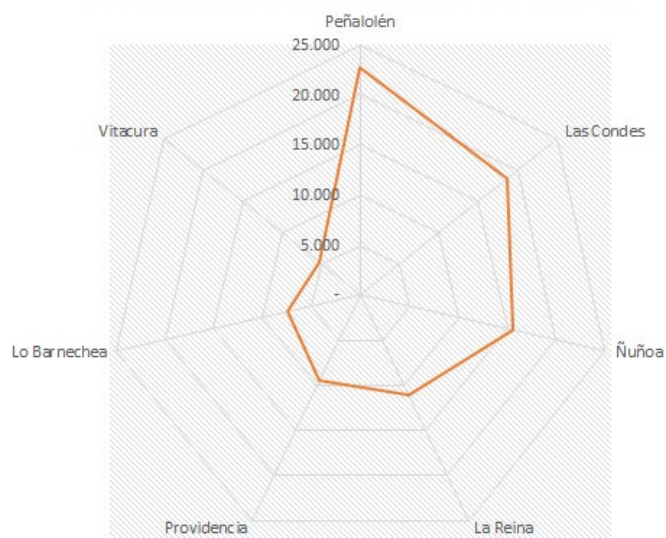
Pero de acuerdo a la tabla de distribución socioeconómica dicha comuna no se ajustaría tan adecuadamente al tipo de servicio que queremos ofrecer. Sin embargo la Comuna de Las Condes posee 18.691 habitantes menores de 10 años lo que nos muestra un potencial importante y está acorde a la distribución socioeconómica.

Tabla 2. Habitantes menores de 10 años por comuna

Comuna	Cantidad de habitantes menores de 10 años
Peñalolén	22.767
Las Condes	18.691
Ñuñoa	15.579
La Reina	11.049
Providencia	9.400
Lo Barnechea	7.506
Vitacura	5.201

Elaboración propia, datos Censo 2017

Cantidad de habitantes menores de 10 años



Según los datos del Censo de Población y Vivienda de 2017, en la comuna de Las Condes existen un total de 78.421 hogares. De ellos, 72.334 son nucleares o biparentales lo que representa el 92,2% del total. Por otro lado, los hogares monoparentales representan el 7,8% del total, con un total de 6.087 hogares.

En relación a los hogares biparentales, encontramos diferentes estructuras familiares, como parejas con hijos, parejas sin hijos y parejas con hijos mayores de edad que aún viven en casa. Por otra parte, los hogares monoparentales son en su mayoría encabezados por mujeres.

19.2 Segmentación demográfica

Tabla 1. Distribución Socioeconómica por comuna.

Comuna	Alto (ABC1)	Medio alto (C2)	Medio (C3)	Medio bajo C4)	Bajo (D)
Las Condes	67%	26%	6%	1%	0%
Vitacura	60%	29%	8%	3%	1%
Lo Barnechea	53%	33%	9%	4%	1%
La Reina	43%	36%	15%	5%	0%
Ñuñoa	32%	40%	21%	7%	0%
Providencia	26%	41%	24%	8%	1%
Peñalolén	7%	23%	38%	25%	7%
Macul	5%	20%	37%	29%	9%
La Florida	2%	12%	33%	35%	19%

Elaboración propia, datos Censo 2017

Podemos observar que entre las comunas del sector oriente, Las Condes es la que tiene mayor distribución en el sector Socioeconómico Alto (ABC1) y Medio Alto (C2). En total acumula 93% entre estos dos segmentos.

Distribución población por tramos etarios, Las Condes Chile, 2017.

En la comuna de Las Condes hay un total de 330.940 habitantes de los cuales 22.498 corresponden a niños y niñas desde 1 año hasta 8 años de edad, lo que sería nuestro mercado potencial.

Pero al considerar también el segmento socioeconómico (93%), es decir niños y niñas del Segmento AB, C1 y C2, entre 1 y 8 años de edad y que residen en la Comuna de Las Condes, tenemos un tamaño de la demanda potencial de 20.923 niños y niñas Además de la población flotante de las comunas colindantes.

Tabla 3. Distribución por tramos etarios (Comuna de Las Condes)

Edad	Hombres	Mujeres	Total
0 años	1.242	1.112	2.354
1 año	1.259	1.177	2.436
2 años	1.328	1.214	2.542
3 años	1.249	1.199	2.448
4 años	1.446	1.442	2.888
5 años	1.485	1.457	2.942
6 años	1.485	1.483	2.968
7 años	1.551	1.522	3.073
8 años	1.606	1.595	3.201
9 años	1.699	1.658	3.357
10 años	1.834	1.736	3.570
11 años	1.853	1.706	3.559
12 años	1.789	1.597	3.386
13 años	1.713	1.617	3.330
14 años	1.719	1.685	3.404
15 años	1.626	1.701	3.327
16 años	1.561	1.581	3.142
17 años	1.503	1.577	3.080
18 o más	131.173	144.760	275.933
Total	159.121	171.819	330.940

Elaboración propia, datos Censo

19.3 Segmentación psicográfica

Definimos una segmentación psicográfica en base a estilos de vida. Ya que existen padres con trabajos atípicos y horarios variables que muchas veces no requieren de un servicio completo de guardería o jardín infantil, sino que solo necesitan cubrir ciertos tramos horarios los cuales pueden ser diferentes según sus necesidades laborales u otros factores.

Dado lo anterior y en base a nuestra investigación de mercado podemos identificar diferentes categorías de padres en base a sus estilos de vida:

1° Categoría: Padres que requieren el servicio de cuidado infantil 5 o más días a la semana debido a la naturaleza de trabajos demandantes y la ausencia de redes de apoyo.

2° Categoría: Padres que requieren el servicio de cuidado infantil 3 a 4 días a la semana, con redes de apoyo parciales.

3° Categoría: Padres que requieren el servicio de cuidado infantil 1 a 2 días a la semana, con redes de apoyo parciales.

4° Categoría: Padres que requieren el servicio 3 veces al mes o menos, por temas puntuales ya sea laborales, trámites u otros motivos.

5° Categoría: Padres que cuentan con redes de apoyo para el cuidado de sus hijos pero que aún así prefieren optar por el cuidado de profesionales.

19.4 Segmentación conductual

Decisiones de compra:

¿Qué factores influyen en la elección de una guardería o servicio de cuidado infantil?

¿Qué consideran los padres al tomar decisiones de cuidado infantil?

20. Inbound Marketing

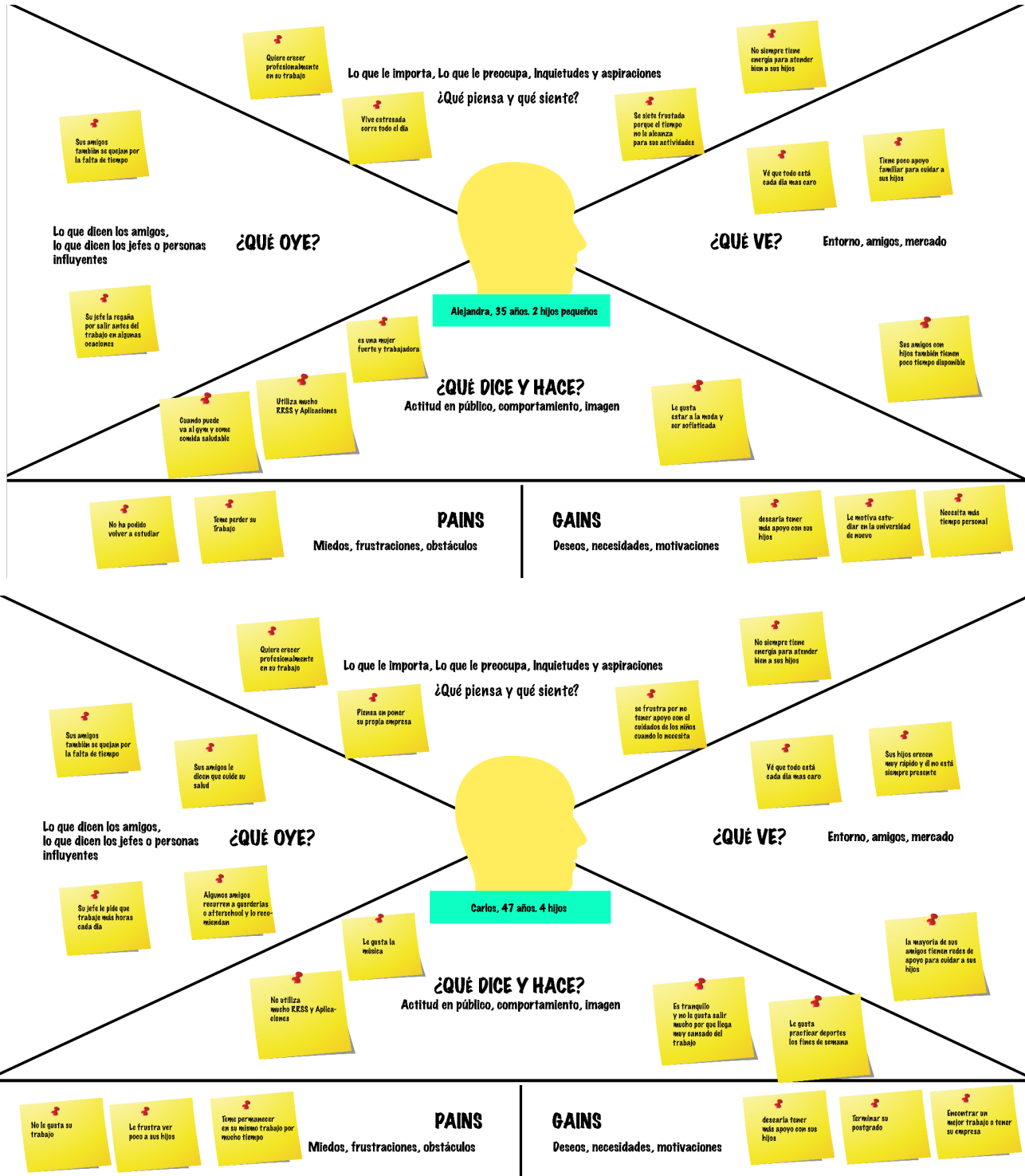
El objetivo del inbound Marketing es generar relaciones de largo plazo con los clientes, atraerlos a la marca en forma emocional, orgánica y patrocinada. generando contenido de calidad,

coherente y confiable que a su vez nos permite la recolección de datos relevantes como consentimientos y datos de contacto, demográficos, etc.


Estrategias

- Optimización del sitio web, diseño y programación para que mejor funcionamiento en motores de búsqueda(SEM/SEO)
- Creación de contenido de calidad y relevante para los padres
- Creación de contenido gratuito descargable: Pautas alimentarias, ebooks, consejos, material recreativo
- Webinars y eventos en línea: Eventos recreativos, eventos de Salud, etc.
- Testimonios y casos de éxito
- Redes Sociales: Publicaciones de calidad, segmentadas por audiencia, para generar leads, conversiones, atraer tráfico a web, etc.
- Email Marketing. Campañas de mailing masivas con contenido relevante, llamados, recordatorios de fechas y eventos, promociones y descuentos.


21. Mapa Empático



22. Construcción de Buyer Persona



Nombre: Alejandra



Edad
35 años

Sexo
Femenino

Ocupación
Ingeniero Comercial

Estado civil
Separada

Educación
Universitaria

Segmento socio económico
C1

¿Dónde vive?
Las Condes

Tipo de carácter
Carácter Apasionado

Biografía

Alejandra tiene 35 años, es separada y tiene dos hijos. Un niño de 6 años y una niña de 4. Trabaja en una empresa del sector financiero. Vive en Santiago en Las Condes.

Puntos de dolor

- No poder volver a Estudiar
- Perder su trabajo o no crecer profesionalmente
- Tener poco tiempo para sus hijos
- No tener apoyo y de confianza para cuidar sus hijos

¿Qué le motiva a comprar?

-Le gusta la calidad y busca una buena experiencia de compra

Extrevertido **Introverso**

Sensitivo **Intuitivo**

Planeador **Improvisador**

Emocional **Racional**

¿Cómo nos encuentra?

-Es usuaria habitual de RRSS, en especial Instagram.

¿Qué percepción tiene de nosotros?

-Aún no se forma una percepción definitiva pero le interesa mucho la propuesta de venta de Bee my Friend

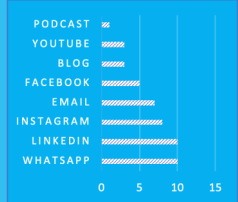
¿Qué percepción tiene de la competencia?

-Considera que es mas de lo mismo, nada que destaque y que hay precios muy elevados para lo que entregan

Metas u objetivos

Su objetivo es tener el tiempo y recursos para volver a estudiar en la Universidad este año. Quiere un postgrado en finanzas para crecer en su empresa.

Canales Preferidos




¿Cómo le podemos ayudar?


-Con un servicio de guardería a medida y flexible que le permita disponer de tiempo para sus actividades

¿Qué contenidos prefiere consumir?

-Prefiere consumir contenidos de vida sana y alimentación saludable



Nombre: Carlos



Edad
47 años

Sexo
Masculino

Ocupación
Empresario

Estado civil
Soltero

Educación
Universitaria

Segmento socio económico
A/B

¿Dónde vive?
Las Condes

Tipo de carácter
Desconfiado

Biografía

Carlos tiene 47 años, casado, tiene 3 hijos pequeños que ve menos de lo que le gustaría. Es dueño de su propia empresa y es una persona muy ocupada. Su esposa trabaja con él en la empresa familiar

Puntos de dolor

- Ama su trabajo pero prácticamente le consume todo su tiempo y eso lo tiene mal
- Por asuntos del trabajo tienen que dejar a sus hijos con familiares constantemente. Les preocupa

¿Qué le motiva a comprar?

-Se preocupa por la relación precio/calidad pero principalmente por la seguridad

Extrevertido **Introverso**

Sensitivo **Intuitivo**

Planeador **Improvisador**

Emocional **Racional**

¿Cómo nos encuentra?

-Usa mucho Facebook y LinkedIn
-También su correo
-Ocasionalmente Instagram pero no mucho por que cree que es una pérdida de tiempo

¿Qué percepción tiene de nosotros?

-Bee my Friend Le causa una muy buena impresión, está ansioso por probarlo


¿Qué percepción tiene de la competencia?

-No tiene una muy buena impresión debido a malas experiencias en el pasado con servicios similares

Metas u objetivos

Su meta es consolidar su empresa, dejar a alguien de confianza a cargo para dedicarle más tiempo a su familia

Canales Preferidos



¿Cómo le podemos ayudar?

-Con un servicio de alta calidad, flexible y con foco en el bienestar y seguridad de sus hijos.
-El servicio de monitoreo por cámara le da tranquilidad

¿Qué contenidos prefiere consumir?

-Prefiere consumir contenido deportivo, tecnológico y científico

23. Calendario Editorial

En nuestra estrategia de marketing digital, nos enfocamos en mantener una presencia activa y permanente en redes sociales a través de contenido de calidad y coherente con la marca.

LinkedIn: Los lunes serán días dedicados a LinkedIn. Aquí compartiremos contenido relevante, noticias del sector y publicaciones que fomenten el debate y la interacción profesional.

Facebook e Instagram: Los miércoles y viernes nos enfocaremos en estas plataformas que nos permiten conectarnos directamente con nuestra comunidad y compartir contenido atractivo, como consejos, noticias destacadas, historias inspiradoras y más.

YouTube: A través de esta plataforma publicaremos videos educativos sobre el cuidado infantil los cuales estarán diseñados para brindar información útil, consejos prácticos, webinars y recursos relacionados con el cuidado y la educación de los niños..

CALENDARIO EDITORIAL						MES	
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
SEMANA 1	1	2	3	4	5	6	7
SEMANA 2	8	9	10	11	12 Video YOUTUBE 	13	14
SEMANA 3	15 	16	17 	18	19 	20	21
SEMANA 4	22 	23	24 	25	25 	26	27
SEMANA 5	28 	29	30 	31	31 		

Estrategia de Marketing Mix

7P's del Marketing

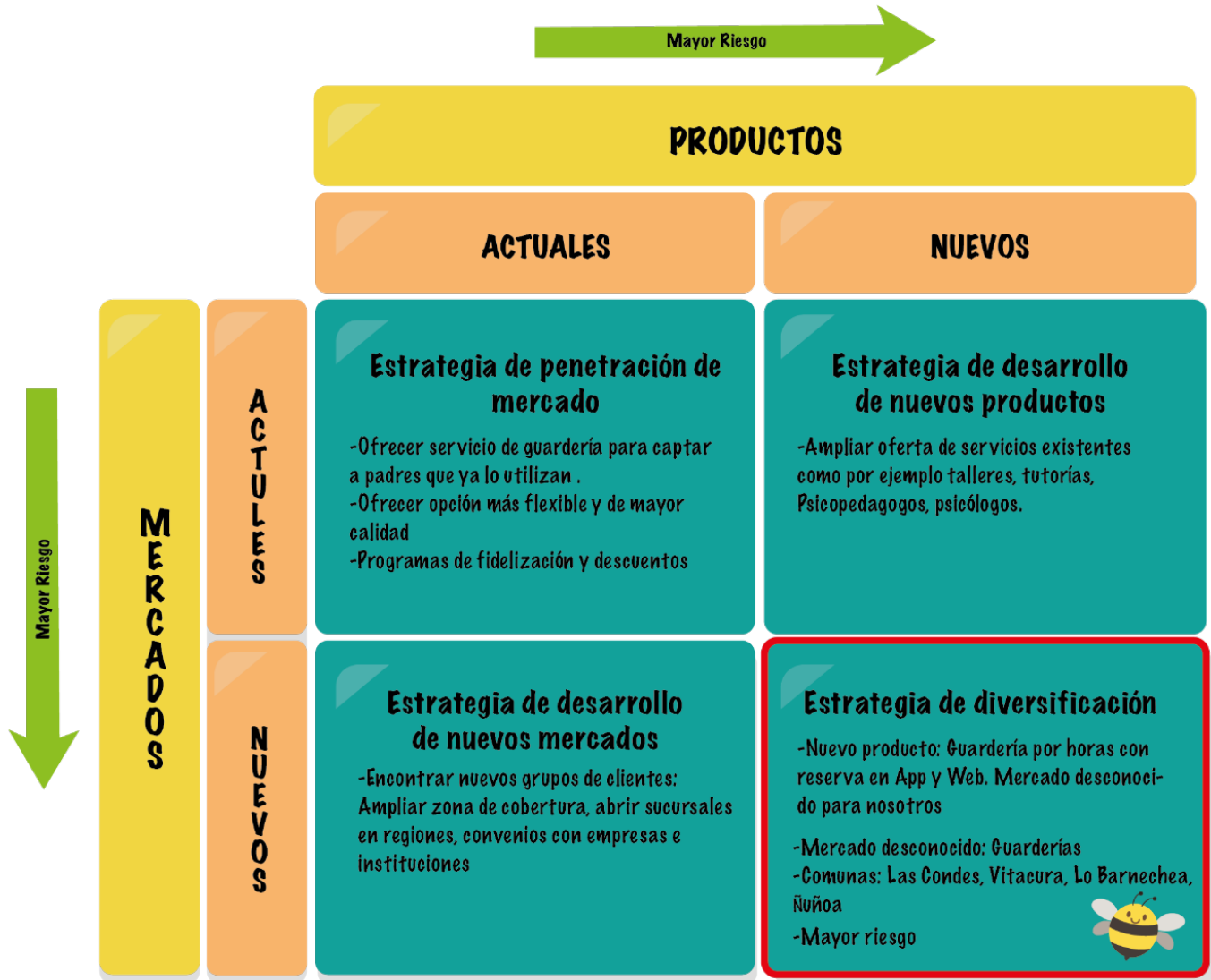
Resumen de los elementos del Marketing Mix que nos permitirán alcanzar nuestros objetivos y cumplir nuestras metas.



	<h2>Producto</h2>	<p>Servicio primario: Servicio flexible de guardería de niños, de alta calidad, con sistemas de compra y reserva online, monitoreo y supervisión parental online a tiempo real permanente.</p> <p>Servicios secundarios: Talleres educativos y recreativos, Coworking.</p>
	<h2>Precio</h2>	<p>Precios acorde mercado:</p> <p>Ticket guardería 1 hora: \$12.500 Talleres \$6.000 por 1 hora Cumpleaños \$250.000 por 2,5 horas</p>
	<h2>Plaza</h2>	<p>Canales de venta: Principales canales online Página Web Ecommerce Aplicación: Android - IOS Medios de Pago: Red compra, transferencia, tarjeta crédito</p>
	<h2>Promoción</h2>	<p>Redes sociales: Publicaciones y campañas patrocinadas en Facebook, Instagram, LinkedIn, Canal Youtube Página Web: landing - Call to action - Inbound Marketing - Encuestas Webinars Eventos presenciales</p>
	<h2>Procesos</h2>	<p>Principales Procesos:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Contratación de RRHH -Capacitación de personal: Educación, SVB, Emergencias -Procesos digitales: Compra, reserva y post venta
	<h2>Posicionamiento</h2>	<p>Posicionamiento: Como queremos ser percibidos por el cliente "La guardería por horas líder en el mercado, confiable, de alta calidad de servicio y post venta, tecnológica, segura y eficiente"</p>
	<h2>Personas</h2>	<p>Foco en las personas:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Clientes y sus hijos: Buen trato, cordial y respetuoso. Responsabilidad -RRSS: Contenidos de calidad, coherentes, confiables para nuestros clientes -Experiencia de usuario, Customer Journey, y Branding

25. Formulación de Matriz de ANSOFF

MATRIZ ANSOFF



Matriz Ansoff. Elaboración propia. 2023

Matriz Ansoff

Para nuestro modelo de negocio y dado a que es un emprendimiento de nuevo producto en un nuevo mercado para nosotros, aplicaría en primera instancia la estrategia de diversificación.

El nuevo producto corresponde a una evolución de un servicio ya conocido, que es el servicio de cuidado de niños.

La diferencia de nuestra propuesta es la aplicación de una plataforma digital representada por una página web y una aplicación nativa para dispositivos Android y Mac IOS, en las cuales se podrán consultar los cupos y horarios disponibles, confirmar y pagar la reserva, así como también contratar otros servicios como talleres, cumpleaños, etc.

Ambas plataformas además permiten la supervisión y seguimiento de los padres de las actividades diarias de los niños a través del sistema de monitoreo online, también la comunicación, relacionamiento y fidelización de los clientes.

Otra ventaja importante es la posibilidad de que los padres solo contraten y paguen las horas que necesitan y no están obligados a contratar jornadas completas o medias jornadas incurriendo en mayor gasto de dinero.

Esta opción es la que representa un mayor riesgo.

Una vez establecido el negocio e iniciada las operaciones existen las siguientes estrategias para poder crecer en el negocio:

Estrategia de penetración de mercado: La estrategia de penetración de mercado se basa en ofrecer un servicio que aborda la misma necesidad que otros existentes, pero de una manera diferenciada. Nuestro principal argumento de venta radica en la calidad superior de nuestro servicio y su notable flexibilidad en comparación a la competencia. Esto nos permite satisfacer de manera más precisa las necesidades tanto de padres como de hijos.

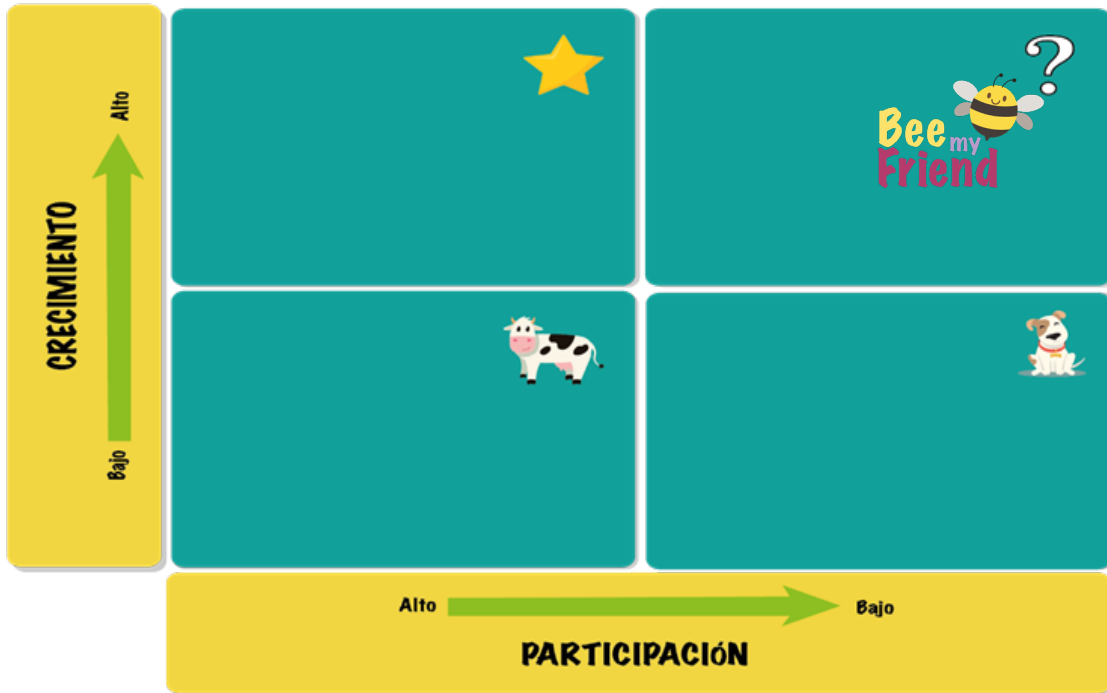
Estrategia de desarrollo de nuevo producto: Ampliar nuestra oferta con servicios complementarios para los mismos clientes y mercado. Dentro de estos servicios se encuentra la creación de nuevos talleres, tutorías, servicios complementarios de psicólogos y psicopedagogos. Adicionalmente una sala de coworking que ofrecerá a nuestros clientes la posibilidad de contar con un espacio compartido donde podrán trabajar de forma colaborativa y productiva.

Estrategia de desarrollo de nuevos mercados: Nuestra estrategia de desarrollo de nuevos mercados consiste en encontrar y captar nuevos grupos de clientes, expandir nuestra presencia geográfica y establecer alianzas estratégicas.

Aunque todas las acciones anteriores conllevan riesgos, estamos comprometidos con un crecimiento exitoso..

26. Matriz de BCG

MATRIZ BCG



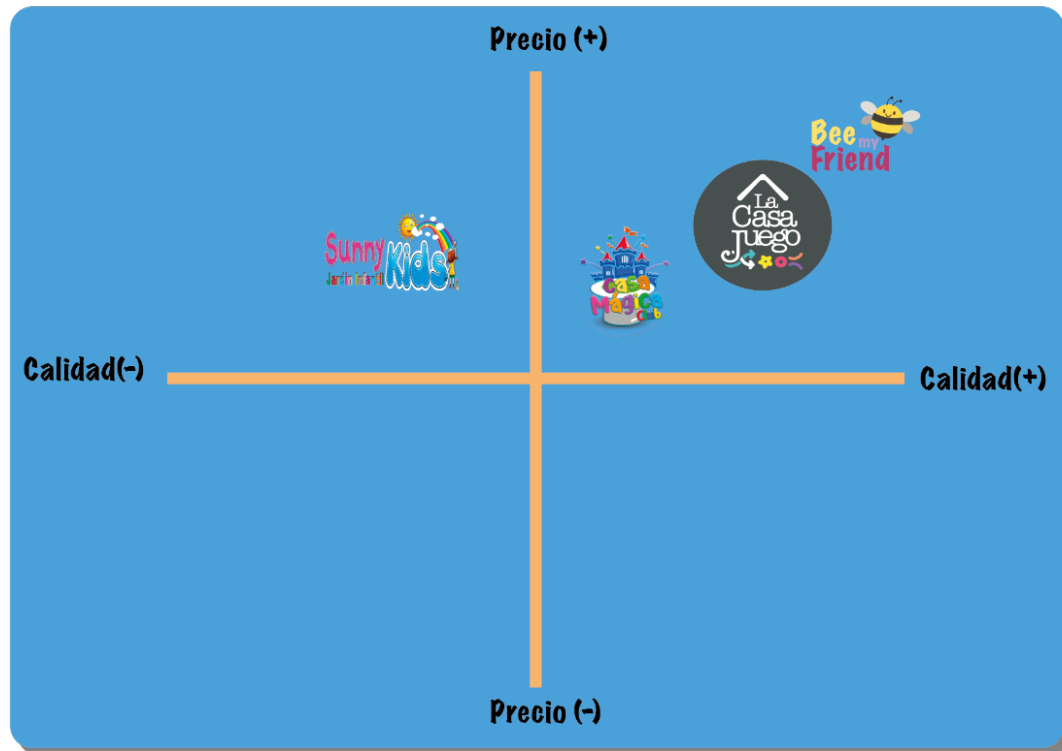
Matriz BCG Elaboración propia. 2023

Producto Interrogante: La idea de una guardería de horarios flexibles y ampliados, y de alta calidad negocios es relativamente nueva, por lo que está en fase de crecimiento. Tiene potencial pero aún no logra obtener una cuota significativa de mercado, por lo que se considera como un interrogante. Es necesario invertir en publicidad, marketing y promoción para aumentar la cuota de mercado y generar una mayor demanda por sus servicios, para así convertirla en un producto estrella.

La empresa también tendría que desarrollar y ejecutar una estrategia efectiva para competir con las guarderías ya establecidas en el mercado y demostrar la superioridad de sus servicios en términos de calidad, flexibilidad y atención al cliente.

A medida que logremos un mayor crecimiento y participación de mercado, podemos movernos hacia la categoría de estrella en la matriz BCG. Sin embargo, esto dependerá de la eficacia de la estrategia de marketing y del éxito en la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes.

27. Mapa de Posicionamiento



-Matriz de posicionamiento- Elaboración Propia

Se observa en el cuadrante superior derecho, correspondiente al de mayor precio y mayor calidad a la empresa de Casa juegos, con un mayor tamaño representando una mayor participación de mercado e importancia. A la fecha es la única empresa que podría ser considerada como competencia directa para nosotros ya que entrega el mismo servicio de guardería por hora, a domicilio y cumpleaños, todos estos servicios son de muy buena calidad y costo relativamente alto en comparación con otras empresas. También se aprecia un fuerte componente educativo y pedagógico, representado por un gran equipo de profesionales.

Es la empresa a la que aspiramos superar y competir, ampliando la oferta de servicios con una fuerte base tecnológica para mejorar el acceso, experiencia del usuario y mejorar la calidad de los servicios a través de alianzas estratégicas y agregar valor al producto.

También encontramos a la empresa Casa Mágica Club, que al igual que la anterior hace servicios de guardería por horas y eventos, sin embargo su foco apunta más a la diversión y eventos que a un proyecto educativo. Sus costos son altos sin embargo la percepción de calidad de servicio es menor en comparación con la Casa Juegos.

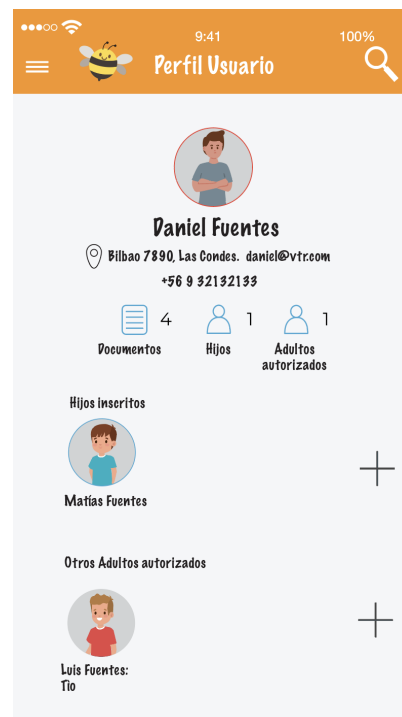
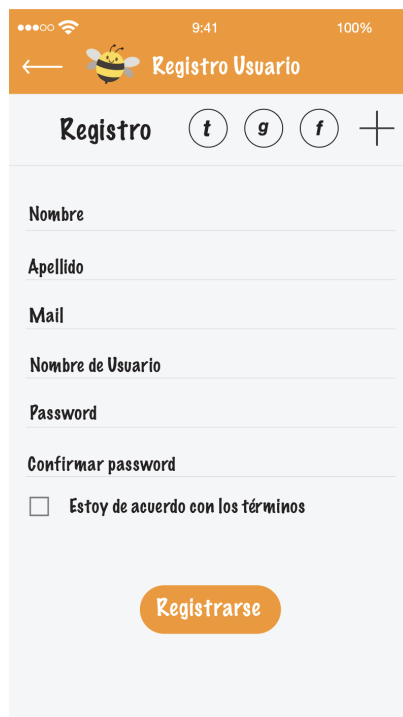
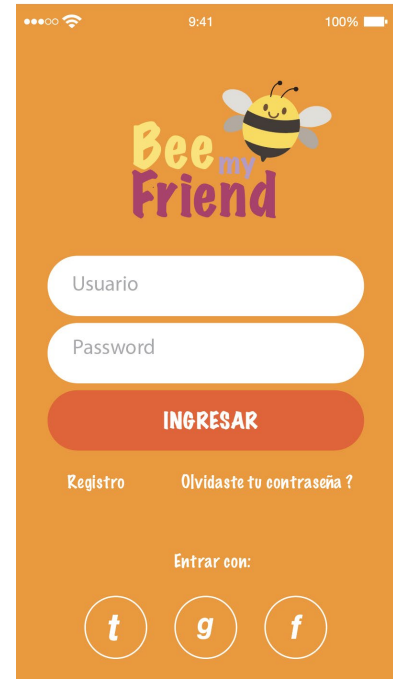
En el cuadrante superior izquierdo se encuentra la empresa sunny kids, también ubicada en las condes, con menor participación en el segmento ya que su principal unidad de negocio es ser jardín infantil regular y solo guardería como un servicio accesorio. Tienen una página web pobre en contenidos que demuestra una infraestructura más básica lo que afecta a la percepción de calidad y posicionamiento. Sin embargo, sus precios son elevados.

28. Aplicación Móvil.

Registro de usuario: Los padres pueden crear una cuenta personalizada donde pueden ingresar su información de contacto, agregar los perfiles de sus hijos y administrar los detalles relevantes, como alergias, medicamentos, información de emergencia, etc.

Fotografías e identificación: La aplicación puede permitir a los padres cargar fotografías recientes de sus hijos y de los adultos autorizados. También se puede solicitar a los adultos autorizados que proporcionen una copia de su identificación, como un documento de identidad o una licencia de conducir, para verificar su identidad y asegurar la seguridad de los niños.

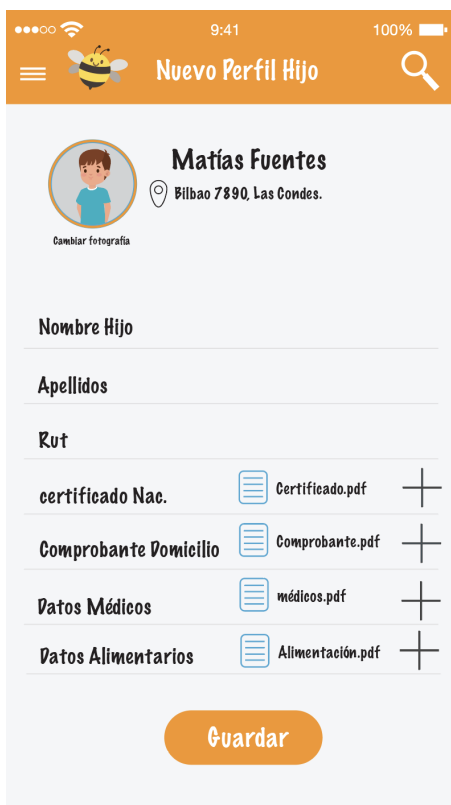
Gestión de permisos y notificaciones: Los padres podrán administrar los permisos de los adultos autorizados, otorgándoles acceso a ciertas funciones dentro de la aplicación, como realizar reservas, ver el historial de actividades de los niños, recibir notificaciones relevantes, etc. Además, los padres podrán habilitar notificaciones automáticas para informarles sobre el retiro de sus hijos por parte de los adultos autorizados, lo que brinda tranquilidad y seguridad.



Registro de datos de él o los niños y adultos autorizados para el retiro.


Perfil de inscripción de los hijos: Los padres podrán crear perfiles individuales para cada uno de sus hijos inscritos en la guardería. Para cada perfil de hijo, podrán ingresar detalles como el nombre completo, fecha de nacimiento, género, alergias, medicamentos, información médica relevante, y cualquier otra información que sea importante para el cuidado y bienestar del niño.

Autorizados para retirar: Los padres podrán agregar adultos autorizados que tienen permiso para retirar a sus hijos de la guardería. Estos adultos pueden ser familiares, amigos cercanos o cualquier persona de confianza designada por los padres. Para cada adulto autorizado, se solicitará información como el nombre completo, número de teléfono, dirección de correo electrónico y relación con el niño.



9:41 100%

Nuevo Perfil Hijo


 **Matías Fuentes**
Bilbao 7890, Las Condes.


Cambiar fotografía


Nombre Hijo


Apellidos

Rut

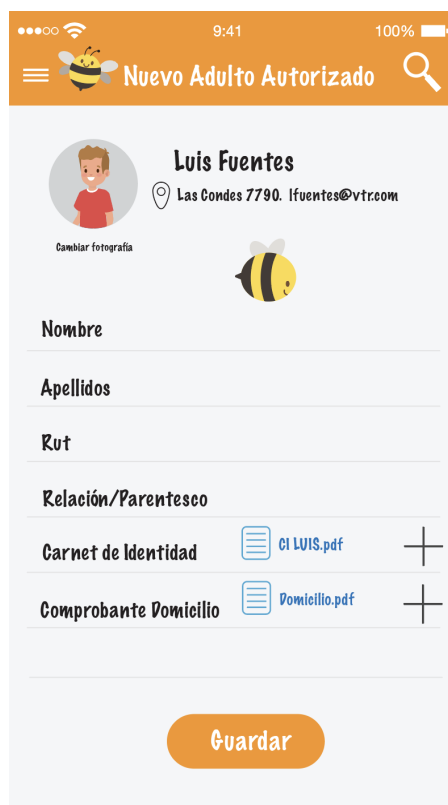
certificado Nac.  Certificado.pdf +

Comprobante Domicilio  Comprobante.pdf +

Datos Médicos  médicos.pdf +


Datos Alimentarios  Alimentación.pdf +

Guardar




9:41 100%

Nuevo Adulto Autorizado

 **Luis Fuentes**
Las Condes 7790. lfuentes@vtr.com

Cambiar fotografía





Nombre

Apellidos

Rut

Relación/Parentesco

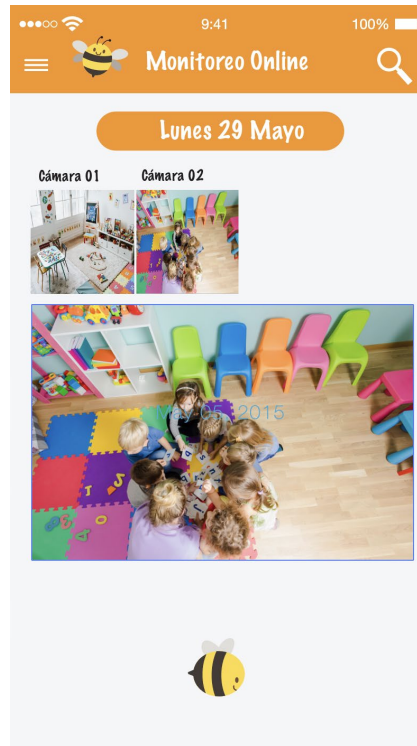
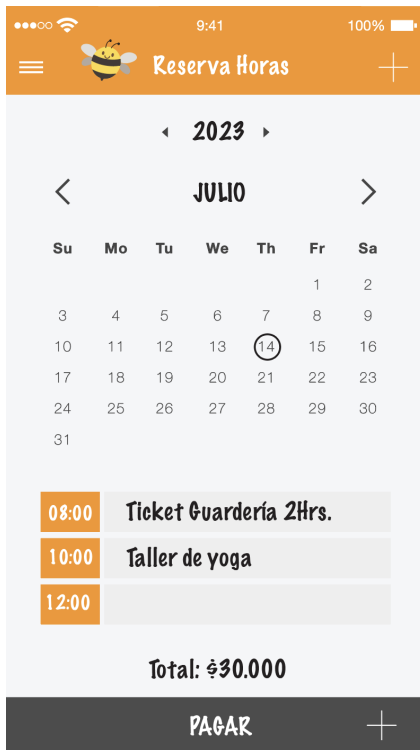
Carnet de Identidad  CI LUIS.pdf +

Comprobante Domicilio  Domicilio.pdf +

Guardar

Privacidad y seguridad: Es fundamental garantizar la privacidad y seguridad de la información personal de los usuarios. La aplicación debe cumplir con las leyes de protección de datos y ofrecer opciones claras para que los padres puedan controlar la configuración de privacidad de sus perfiles y decidir qué información se comparte y con quién.

Reserva y pago de horas, monitoreo online y galería de imágenes.



29. Manual de Marca

El Manual de Marca de "Bee My Friend" establece las directrices y elementos visuales que definen la identidad de la marca del jardín infantil. Estas pautas aseguran una consistencia en la comunicación y promoción de la institución, fortaleciendo su reconocimiento y estableciendo una imagen sólida y coherente.

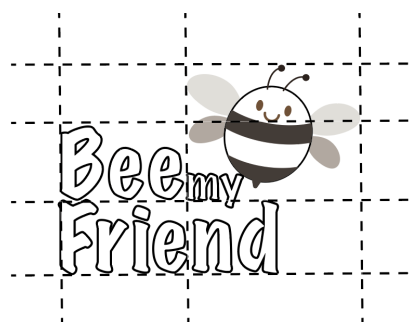
29.1 Logotipo:

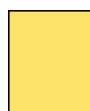
El logotipo principal del jardín infantil es una abeja, representando la amistad y el ambiente lúdico del lugar.


El logotipo debe ser utilizado en su forma completa, sin alterar ni modificar sus elementos. Se prohíbe cualquier deformación, distorsión o cambio de color del logotipo.


Los colores del logotipo son vibrantes y amigables, como amarillo brillante para el cuerpo de la abeja y negro para los detalles.

Se proporcionan versiones en color y en blanco y negro del logotipo para adaptarse a diferentes aplicaciones.



	C	195
	M	898
	Y	67,58
	K	0

	C	24,61
	M	86,72
	Y	27,34
	K	9,38

	C	31,25
	M	43,75
	Y	0
	K	0

Marker Felt
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Myriad Pro
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

29.2 Paleta de colores:

- La paleta de colores de Bee my Friend debe incluir tonos cálidos y alegres.
- El amarillo se utiliza como color principal, representando la vitalidad y la energía de los niños.
- Se recomienda utilizar colores complementarios y suaves, como anaranjado y violeta, para crear armonía visual.

29.3 Usos correctos e incorrectos de la Marca

Usos Correctos



Usos Incorrectos



Incompleto



Incompleto



Rotación



Distorsión

29.4 Uso y aplicación de la marca en Material Promocional





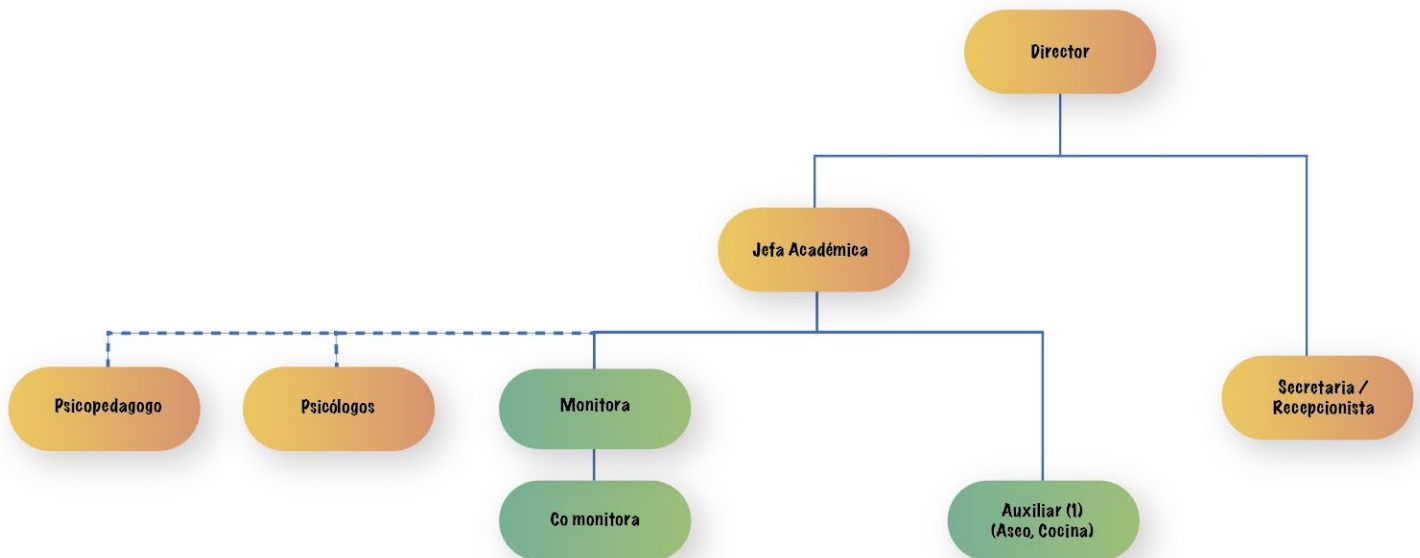
29.5 Uso y aplicación de la marca en Material Promocional



Capítulo IV: Plan de Operaciones y recursos humanos.

30. Estructura Organizacional, funcional y legal de la empresa: organigrama de la empresa.

30.1 Organigrama



Organigrama. Elaboración propia. 2023



31. Estructura Funcional

Todas las operaciones de Bee my friend se llevarán a cabo dentro de las instalaciones de la empresa, las cuales serán obtenidas a través de un contrato de arriendo de largo plazo.

Bee my Friend se encontrará en un barrio residencial dentro de la Comuna de Las Condes, de fácil acceso y cercano a colegios particulares. El valor de arriendo de la propiedad fluctúa entre \$2.300.000 y \$2.800.000.

Nuestra primera opción es esta propiedad ubicada detrás del pueblito de Los Dominicos en la calle El Mesías, la cual cuenta con una superficie útil de 310m² y 510m² totales. Tiene 8 habitaciones y amplios espacios. El tercer piso es un área abierta de aproximadamente 40m² ideal para el sector de coworking. El valor de arriendo es de \$2.500.000.- mensuales.

Ubicación

📍 General Blanche, Los Dominicos, Las Condes, RM (Metropolitana)

[Ver información de la zona](#)





Descripción de la propiedad

El lugar deberá ser acondicionado para el correcto funcionamiento de la guardería ya que en la primera etapa será necesario contar con 3 salones amplios provistos de mobiliario necesario para el desarrollo de las actividades con los niños, las cuales acojan un promedio de 15 niños cada una, oficinas y sala de coworking acondicionadas. De los 4 baños que tiene la propiedad se adaptarán 2 para el uso de niños. Además el jardín será acondicionado como patio de juegos y actividades al aire libre.

El costo de dichos trabajos será considerado en la inversión inicial del proyecto.

El horario del servicio dentro de la guardería será de lunes a viernes entre las 7:45 y 20:00 hrs. Días Sábado de 9:00 a 14:00 hrs.

El horario del servicio a domicilio será de lunes a viernes entre las 8:00 a 18:00 hrs. Días sábado de 9:00 a 14:00 hrs.

Actividad primaria: Servicio flexible de guardería de niños, de alta calidad con sistemas de compra y reserva online, monitoreo a distancia y supervisión parental online a tiempo real permanente.

Actividades secundarias: Talleres educativos y recreativos, Sala de Coworking.

32. Estructura Legal

Las sociedades por acciones (SpA) existen en Chile desde el año 2007 y fueron introducidas como una forma práctica de simplificar las Sociedades Anónimas (SA). De hecho son reguladas por la Ley N° 18.046 que es la misma que rige a las Sociedades Anónimas.

Este tipo de sociedades pueden tener entre 1 y 499 socios, y una de las ventajas que poseen es que puedes ir incorporando nuevos socios o ir terminando el vínculo con otros (a través de la compraventa de acciones).

Las SpA además te permiten realizar diferentes actividades y tener un objeto social amplio por lo que puedes tener diferentes giros con un mismo Rut. La estructura del nombre es flexible y menos estructurada que otro tipo de sociedades como las EIRL.

La responsabilidad de los socios está limitada por los montos de sus aportes de capital.

Existirá un Director quien asumirá el rol de representante legal de la sociedad y estará encargado de la gestión y administración de la misma.

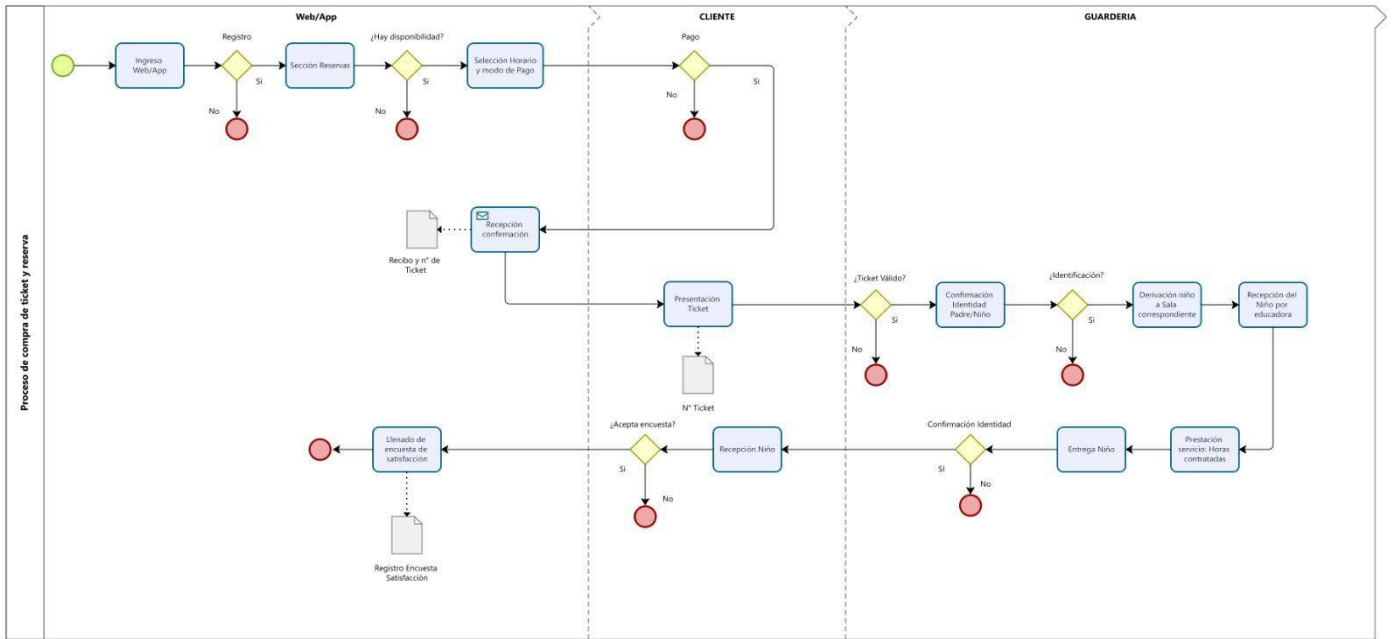
Permisos necesarios:

- Se debe constituir la sociedad como tal.
- Se debe inscribir la sociedad en el Registro de Comercio de la región informando los datos relevantes como nombre, capital social, tipo de administración, entre otros.
- Se debe realizar iniciación de actividades y obtener patente municipal, además de cumplir con los aspectos tanto de las leyes laborales como previsionales.
- Impuestos y tributos: La sociedad por acciones deberá cumplir con las obligaciones fiscales correspondientes ya que esta actividad se encuentra gravada por IVA.
- También la sociedad se encontrará sometida a las normas de Ordenanza General de Urbanismo y Construcción que dicen relación con la habitabilidad, seguridad y estabilidad

- Se debe obtener permiso municipal y permisos que estipule el municipio correspondiente, además de obtener la autorización sanitaria.

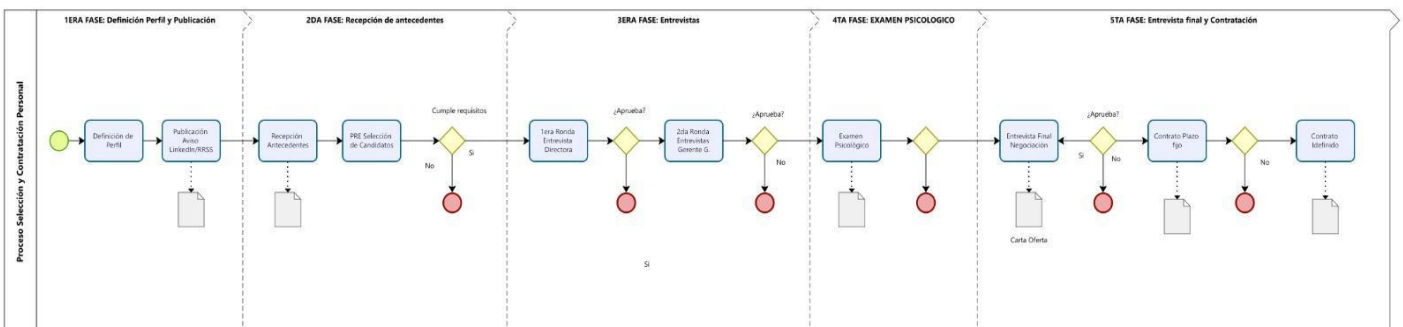
33. Flujo de Procesos.

- **Mapa de procesos de la empresa: Proceso de Registro y compra**



Powered by
Camunda Modeler

Proceso de selección y contratación



Powered by
Camunda Modeler

34. Requerimientos de dotación de personal, perfiles de cargos.

El cuanto al personal requerido para el correcto funcionamiento de la guardería, en un comienzo será más reducido, pero en la medida que las ventas vayan aumentando junto con la cantidad de niños, se irá incrementando en la medida que el flujo lo requiera.

La planta inicial estará conformada por 8 personas: Un Director, una Jefa Académica quien estará a cargo de 2 Monitoras y 2 Co-Monitoras. Adicionalmente una Secretaria/recepcionista y un Auxiliar.

Desde esta base se irán incorporando al equipo nuevas Monitoras y Co-Monitoras en la medida que el negocio vaya creciendo. También está considerada la posibilidad de contratar un Coordinador Administrativo Financiero

Adicionalmente, sin perjuicio de la planta fija de la guardería infantil, existirán profesionales relacionados a la educación que servirán de apoyo de forma temporal y cuando las actividades lo requieran. Estos profesionales constan de una Fonoaudióloga, una Educadora Diferencia, una Psicóloga Infantil y una Psicopedagoga.

En Chile, la duración de la jornada laboral está regulada por la Ley 20.903 que establece la jornada de trabajo de 45 horas semanales, sin embargo dado la modificación latente luego de haberse aprobado la Ley de las 40 horas deberemos adaptar los turnos del personal hasta converger a 40 horas semanales de aquí a 5 años.

Dichas horas semanales pueden ser distribuidas en un máximo de 6 días de trabajo a la semana y 1 día de descanso.

- Un año después de la entrada en vigencia de la ley: la jornada laboral se reducirá de 45 a 44 horas semanales.
- Tres años después de la entrada en vigencia de la ley: la jornada laboral se reducirá a 42 horas semanales.
- Cinco años después de la entrada en vigencia de la ley: la jornada laboral se reducirá a 40 horas semanales.

Además, la ley establece que la duración máxima de la jornada diaria de trabajo no podrá exceder las 10 horas, incluyendo el tiempo de descanso. Asimismo, se establece que la jornada laboral no puede ser distribuida en horarios que impliquen una jornada inferior a 2 horas continuas de trabajo.

35. Perfiles de Cargo

PERFIL DE CARGO DIRECTOR

Fecha de actualización	Mayo de 2023
------------------------	--------------

I. Identificación del cargo

Nombre del Cargo	Director/a
Objetivo del cargo	El Director/a de la guardería será responsable de liderar la organización en el logro de su misión y objetivos estratégicos. Se asegurará de que la guardería opere de manera eficiente y efectiva, manteniendo la calidad y el bienestar de los niños como su principal prioridad. Además, deberá supervisar y guiar a todo el equipo de trabajo para que trabajen juntos hacia una visión común.
Cargos que supervisa directamente	Jefa Pedagógica, Secretaria Administrativa y Recepcionista

II. Requisitos

Aspectos de formación educacional	Título Profesional de Ingeniería Comercial, Ingeniería en Administración, o afín, otorgado por alguna universidad acreditada por la CNA.
Experiencia profesional o laboral	Experiencia demostrable de al menos 5 años en puestos de liderazgo y gestión, preferentemente en el sector educativo.
Capacitación deseable	<ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo y gestión de equipos de trabajo. - Planificación y desarrollo estratégico. - Contabilidad y finanzas para no contadores. - Normas y regulaciones en la industria educativa. - Desarrollo de negocios y relaciones con los clientes.

Conocimientos deseables	En normativas legales regulatorias relacionadas al cuidado infantil y educación.
Manejo de herramientas	<ul style="list-style-type: none"> - Manejo avanzado de Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint). - Conocimiento y manejo de herramientas de gestión de proyectos (por ejemplo, Asana, Trello, Monday). - Manejo de herramientas de comunicación y colaboración (por ejemplo, Slack, Zoom, Google Meet). - Conocimiento y manejo de herramientas de gestión financiera y contable (por ejemplo, QuickBooks, Xero, Sage).
Otros aspectos deseables	<ul style="list-style-type: none"> - Habilidades de comunicación efectiva - Capacidad para trabajar bajo presión y tomar decisiones en situaciones complejas - Habilidad para motivar y liderar un grupo de trabajo fomentando el trabajo colaborativo, respetuoso y eficiente

III. Responsabilidades

Funciones del cargo	<ul style="list-style-type: none"> - La elaboración, desarrollo, implementación y cumplimiento de las políticas y procedimientos de la guardería. - Administración y gestión del personal, lo que incluye su contratación, supervisión, capacitación - Programación de turnos, vacaciones y permisos - Gestión de nómina - Planificación, ejecución y cumplimiento del presupuesto - Identificar y desarrollar nuevas oportunidades de negocio y crecimiento para la guardería. - Presentar informes periódicos sobre los avances y los desafíos en el logro de los objetivos de la organización.
---------------------	--

PERFIL DE CARGO JEFA PEDAGÓGICA

Fecha de actualización	Mayo de 2023
------------------------	--------------

I. Identificación del cargo

Nombre del Cargo	Jefa Pedagógica
Objetivo del cargo	Dirigir y coordinar eficientemente a las Profesoras, Educadoras y Técnicos de Párvulos y establecer relaciones efectivas con los padres, apoderados y otros actores relevantes.
Cargos que supervisa directamente	Profesora de Educación Básica, Educadoras de Párvulos, Técnicos en educación de Párvulos

II. Requisitos

Aspectos de formación educacional	Título Profesional de Pedagogía en Educación Parvularia, Pedagogía en Educación General Básica, Licenciado en Psicopedagogía o carreras afines, otorgado por un establecimiento de educación superior del estado o reconocida por este.
Experiencia profesional o laboral	Al menos 4 años de experiencia profesional en cargos relacionados al cuidado y educación infantil.
Capacitación deseable	- Certificación en coaching educativo - Diplomado en Psicología infantil y Desarrollo cognitivo - Diplomado en Liderazgo Educacional
Conocimientos deseables	- Conocimientos sobre la normativa y regulaciones relacionadas con la educación infantil en Chile - Conocimientos sobre la gestión de relaciones con padres, apoderados y otros miembros de la comunidad educativa.
Manejo de herramientas	Office nivel intermedio

Otros aspectos deseables	<ul style="list-style-type: none"> - Habilidades de comunicación efectiva - Actitud proactiva y capacidad para tomar decisiones y resolver problemas de manera eficiente. - Habilidad para motivar y liderar un grupo de trabajo fomentando el trabajo colaborativo, respetuoso y eficiente - Manejo de idioma Inglés oral y escrito
--------------------------	--

III. Responsabilidades

Funciones del cargo	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación y desarrollo de programa educativo - Selección de materiales educativos - Selección de talleres y actividades - Selección de personal docente - Comunicación y relación con los padres y apoderados
---------------------	---

PERFIL DE CARGO SECRETARIA Y RECEPCIONISTA

Fecha de actualización	Mayo de 2023
------------------------	--------------

I. Identificación del cargo

Nombre del Cargo	Secretaria y Recepcionista
Objetivo del cargo	Recibir y atender cordialmente a los padres y madres, apoderados y visitantes, así como al personal de la guardería, realizando tareas administrativas y de recepción para garantizar el correcto funcionamiento de la guardería infantil.
Cargos que supervisa directamente	

II. Requisitos

Aspectos de formación educacional	Técnico Superior en Secretariado Ejecutivo, Tecnicatura en Asistencia a la Dirección o carrera afín.
-----------------------------------	--

Experiencia profesional o laboral	- Experiencia previa de 1 año demostrable en labores de recepción y atención al cliente.
Capacitación deseable	- Certificación en herramientas Microsoft Office (deseable)
Conocimientos deseables	- Conocimientos de administración - Conocimiento en el uso de equipos de oficina - Habilidad para trabajar con niños y niñas
Manejo de herramientas	- Office nivel intermedio
Otros aspectos deseables	- Excelente comunicación verbal y escrita - Excelentes habilidades organizativas - Habilidades multitarea y de gestión del tiempo, con la capacidad de priorizar tareas - Actitud de servicio al cliente.

III. Responsabilidades

Funciones del cargo	- Gestionar y responder llamadas telefónicas, correos electrónicos y mensajes - Realizar labores de atención al cliente, como recibir a los padres de familia, niños y visitantes y responder sus dudas e inquietudes - Gestionar el registro de los niños y niñas que asisten a la guardería, incluyendo la gestión de pagos y la emisión de facturas - Realizar tareas administrativas, como la gestión de archivos, la elaboración de informes y la actualización de la base de datos de la guardería - Llevar el control de las reservas.
---------------------	---

PERFIL DE CARGO MONITORA

Fecha de actualización	Mayo de 2023
------------------------	--------------

I. Identificación del cargo

Nombre del Cargo	Monitora
Objetivo del cargo	Cuidado y atención de los niños asegurando su desarrollo cognitivo, social y emocional.
Cargos que supervisa directamente	

II. Requisitos

Aspectos de formación educacional	Título Profesional de Pedagogía en Educación Parvularia, Pedagogía en Educación General Básica o carreras afines, otorgado por un establecimiento de educación superior del estado o reconocida por éste.
Experiencia profesional o laboral	Al menos 2 años de experiencia demostrable trabajando con niños pequeños, ya sea en Jardines Infantiles y/o colegios o instituciones educativas, y que estén familiarizadas con las dinámicas propias de la enseñanza en esta etapa.
Capacitación deseable	<ul style="list-style-type: none"> - Cursos de primeros auxilios - Manejo de comportamiento infantil - Formación en música para llevar a cabo actividades relacionadas con el aprendizaje musical en la primera infancia - Técnicas de enseñanzas para niños en edad preescolar - Manejo de idioma Inglés oral y escrito
Conocimientos deseables	<ul style="list-style-type: none"> -Habilidad para comunicarse de manera efectiva con los padres y tutores de los niños y niñas, y trabajar en equipo. - Psicología infantil - Conocimiento en normativas y leyes relacionadas con la educación preescolar y la protección infantil.

Manejo de herramientas	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento a nivel usuario de manejo de herramientas tecnológicas para la creación de material educativo - Habilidad para la planificación y diseño de actividades educativas creativas e innovadoras que fomenten el desarrollo integral de los niños
Otros aspectos deseables	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimientos en tecnologías de la información. - Habilidad para la negociación y relación con proveedores y entidades financieras

III. Responsabilidades

Funciones del cargo	<ul style="list-style-type: none"> - Proporcionar el cuidado y atención de los niños - Desarrollo de actividades educativas y juegos para los niños - Velar por el desarrollo cognitivo, social y emocional de los niños a su cargo - Cuidar de la higiene y bienestar de los niños a su cargo - Administrar la alimentación y bebidas de los niños a su cargo
---------------------	---

PERFIL DE CARGO CO-MONITORA

Fecha de actualización	Mayo de 2023
------------------------	--------------

I. Identificación del cargo

Nombre del Cargo	CO-MONITORA
Objetivo del cargo	Apoyar a las monitoras en la educación y cuidado de los niños y niñas, ayudando en la planificación, ejecución y evaluación de las actividades pedagógicas, y en la atención y bienestar de estos.
Cargos que supervisa directamente	-

II. Requisitos

Aspectos de formación educacional	Título Profesional de Pedagogía en Educación Parvularia, Técnico en Educación de Párvulos o carreras afines, otorgado por un establecimiento de educación superior del estado o reconocida por este.
Experiencia profesional o laboral	Al menos 1 años de experiencia demostrable en el ámbito educativo, preferentemente en el trabajo con niños y niñas en edad preescolar.
Capacitación deseable	- Cursos de primeros auxilios y RCP
Conocimientos deseables	- Manejo de comportamiento infantil - Conocimientos en manejo de materiales y recursos educativos para niños.
Manejo de herramientas	- Conocimientos básicos en el uso de herramientas digitales para la educación, como pizarras virtuales, plataformas de videoconferencia, entre otros.
Otros aspectos deseables	

III. Responsabilidades

Funciones del cargo	<ul style="list-style-type: none"> - Apoyar a las monitoras en la planificación y ejecución de actividades educativas para los niños y niñas. - Colaborar en la organización y mantenimiento del espacio educativo y en la preparación de los materiales pedagógicos necesarios. - Supervisar y guiar a los niños y niñas en sus actividades diarias, procurando su seguridad y bienestar. - Registrar y documentar el progreso y desarrollo de los niños y niñas, así como cualquier situación de interés o preocupación. - Comunicar y colaborar con las monitoras y otros miembros del equipo educativo para asegurar una atención integral y coherente para los niños y niñas. - Apoyar en la realización de actividades administrativas y de gestión necesarias para el funcionamiento del espacio educativo. - Participar en actividades de capacitación y formación para el mejoramiento continuo de su labor como Co-Monitora.
---------------------	---

PERFIL DE CARGO AUXILIAR

Fecha de actualización	Mayo de 2023
------------------------	--------------

I. Identificación del cargo

Nombre del Cargo	Auxiliar
Objetivo del cargo	Realizar actividades de limpieza y mantención de las instalaciones de la institución, así como también tareas básicas de apoyo en la gestión y organización de los materiales y recursos necesarios para el buen funcionamiento de la misma.
Cargos que supervisa directamente	

II. Requisitos

Aspectos de formación educacional	Educación media completa.
Experiencia profesional o laboral	Al menos 1 año como auxiliar de servicio, junior, aseador o similar
Capacitación deseable	
Conocimientos deseables	Técnicas de aseo y atención a público (Deseable pero no excluyente)
Manejo de herramientas	- Habilidad para el uso y manipulación de herramientas y materiales.
Otros aspectos deseables	- Responsabilidad y compromiso en el trabajo asignado. - Disponibilidad para trabajar en horarios rotativos, incluyendo fines de semana y festivos si se requiere.

III. Responsabilidades

Funciones del cargo	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar aseo y limpieza de salas, oficinas, baños, espacios comunes y todos los espacios de la dependencia asignada. - Chequear que las instalaciones estén siempre limpias y en condiciones para su uso - Ejecutar labores de limpieza en patios y jardines. - Reportar problemas de infraestructura, equipamiento y servicios. - Verificar la existencia de los materiales de higiene que hay en los baños.
---------------------	--

36. Política de reclutamiento, selección, contratación, inducción, capacitación y remuneraciones.

36.1 Políticas de reclutamiento, selección, contratación.

En Bee My Friend reconocemos la importancia de contar con personal idóneo y capacitado para lograr los objetivos organizacionales. El recurso humano es una de los pilares de nuestro proyecto y por lo tanto se han definido las siguientes políticas de reclutamiento, selección y contratación.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

Reconocemos y respetamos a las personas sin importar su raza, nacionalidad, sexo, religión o condición física. Promovemos la no discriminación por lo que cada candidato tendrá las mismas oportunidades de ser seleccionado para el proceso de reclutamiento, selección o contratación en sus distintas fases

Meritocracia

Nuestro criterio de selección será basado exclusivamente en los méritos profesionales, capacidades y experiencia profesional requeridas para cada perfil profesional buscado. Garantizamos que todos los candidatos tendrán las mismas oportunidades

Transparencia

Se velará por la transparencia del proceso en todas sus etapas, cada candidato deberá someterse al proceso de selección en las mismas condiciones, sin importar si existen o no vinculaciones previas con parte del personal de la guardería o lazos familiares, los cuales no representan un impedimento para postular, sin embargo deberán ser notificados obligatoriamente al iniciar el proceso de selección.

Exclusiones del proceso de selección.

Quedará excluida inmediatamente del proceso de selección cualquier persona que esté en el Registro de Inhabilidades para Condenados por Delitos Sexuales contra Menores, Ley N° 20.594. Para lo cual en la etapa de verificación de antecedentes será consultado dicho registro en <https://inhabilidades.srecei.cl/ConsInhab/consultaInhabilidad.do>

36.2 Definición y etapas del Proceso

El proceso contará con 5 etapas

Fase 1: Definición del Perfil y Publicación

- **Confección del perfil:** La confección del perfil laboral tiene por objetivo definir las características y habilidades ideales que debe tener la persona que cumpla el rol requerido, permitiendo encontrar al mejor candidato dentro de los postulantes. La confección del perfil será responsabilidad de cada jefatura directa y tendrá la aprobación final a cargo del director/a.
- **Publicación de avisos y llamados a participar:** La publicación de los avisos y llamados se realizará a través de plataformas digitales como LinkedIn, Laborum

Fase 2: Recepción de antecedentes

- **Recepción de curriculums y antecedentes:** Una vez recibidos al menos 10 currículums se procederá al proceso de preselección de candidatos para poder continuar con las etapas siguientes.
- **Preselección:** Una vez recibidos los curriculum requeridos y con aquellos candidatos que cumplan el perfil, se seleccionarán 5 de ellos para que pasen a el proceso de entrevistas.

Fase 3: Entrevistas

- **Primera ronda de entrevistas:** Tiene por objetivo evaluar las competencias pedagógicas, educativas y experiencia docente de los postulantes, por lo que será conducida por la jefa académica. De los 5 candidatos, 3 pasarán a la segunda etapa de las entrevistas.
- **Segunda ronda de entrevistas:** Tiene por objetivo evidenciar si los postulantes cumplen con el perfil requerido y se adaptan a los valores y objetivos del proyecto. Es conducida por el Director de la guardería.

Fase 4: Examen psicológico

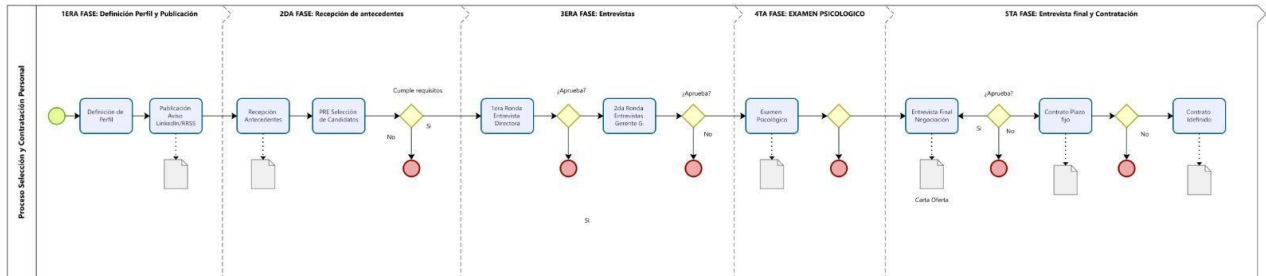
El examen psicológico se hará de forma externa, contratando los servicios profesionales de un psicólogo laboral experto que pueda identificar y valorar las capacidades, limitaciones y conductas que más se ajusten al perfil buscado, como así también poder descartar del proceso aquellos candidatos que no cumplan con el perfil o evidencien conductas o características no deseadas o no convenientes para el desempeño de la función.

Fase 5: Entrevista final y contratación

La entrevista final tiene como objetivo la selección final del candidato elegido, una vez seleccionado se le notificará la decisión, las condiciones comerciales y laborales en detalle, así como también llegar a un acuerdo comercial para lo cual se extenderá una carta oferta para confirmar y formalizar la oferta laboral.

La contratación será en primera instancia por un periodo de tres meses en modalidad de contrato a plazo fijo, luego de lo cual, si el trabajador cumple satisfactoriamente el periodo de prueba y es

evaluado positivamente por su jefatura directa se extenderá el nuevo contrato con la modalidad de contrato indefinido, pasando a formar parte estable de la nómina de empleados.



- Posición o cargo
- Grado de formación académica
- Experiencia laboral y habilidades

Existirán bonificaciones e incentivos por cumplimientos de objetivos y con el fin de premiar el alto rendimiento.

Las bonificaciones e incentivos serán definidos por cada jefatura directa y se medirán a través del cumplimiento de parámetros objetivos como por ejemplo metas de venta, horas de trabajo, cumplimiento de kpi.

37. Presupuesto RRHH.

De acuerdo a cómo se vayan dando las condiciones en el mercado y el flujo de la demanda que logremos acaparar, será necesario ir incrementando la planta de forma gradual de manera de poder mantener los estándares de calidad y seguir brindando el cuidado y atención que los niños requieren.

Salarios	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Directora	\$ 1.650.000	\$ 1.650.000	\$ 1.650.000	\$ 1.650.000	\$ 1.650.000	\$ 1.650.000	\$ 1.650.000	\$ 1.650.000	\$ 1.650.000	\$ 1.650.000	\$ 1.650.000	\$ 1.650.000	\$ 19.800.000
Secretaría				\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 6.750.000
Monitora 1	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 10.200.000
Monitora 2	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 10.200.000
Co monitora 1	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 7.800.000
Co monitora 2						\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 4.550.000
Co monitora 3													\$ -
Aseo	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 6.000.000
Total Salarios	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 5.250.000	\$ 5.250.000	\$ 5.900.000	\$ 5.900.000	\$ 5.900.000	\$ 5.900.000	\$ 5.900.000	\$ 5.900.000	\$ 5.900.000	\$ 65.300.000



Proyección de sueldos y reajustes anuales.

Salarios		5%	7%	10%	15%	
Directora	\$ 19.200.000	\$ 20.160.000	\$ 21.571.200	\$ 23.728.320	\$ 26.101.152	\$ 110.760.672
Secretaria	\$ 6.750.000	\$ 7.087.500	\$ 7.583.625	\$ 8.341.988	\$ 9.593.286	\$ 39.356.398
Monitora 1 - Jefa Pedagogica	\$ 10.200.000	\$ 10.710.000	\$ 11.459.700	\$ 12.605.670	\$ 14.496.521	\$ 59.471.891
Monitora 2	\$ 10.200.000	\$ 10.710.000	\$ 11.459.700	\$ 12.605.670	\$ 14.496.521	\$ 59.471.891
Co monitora 1	\$ 7.800.000	\$ 8.190.000	\$ 8.763.300	\$ 9.639.630	\$ 10.603.593	\$ 44.996.523
Co monitora 2	\$ 3.250.000	\$ 7.800.000	\$ 8.346.000	\$ 9.180.600	\$ 10.098.660	\$ 38.675.260
Co monitora 3	\$ -	\$ -	\$ 7.800.000	\$ 8.190.000	\$ 9.009.000	\$ 24.999.000
Aseo	\$ 6.000.000	\$ 6.300.000	\$ 6.930.000	\$ 7.969.500	\$ 9.164.925	\$ 36.364.425
Total Salarios	\$ 63.400.000	\$ 70.957.500	\$ 83.913.525	\$ 92.261.378	\$ 103.563.657	\$ 414.096.059

38. Investigación de Mercado: Diseño, hipótesis, instrumentos cuantitativos y cualitativos; muestra, recolección y análisis de datos.

38.1 Investigación de Mercado

Con el objetivo de recabar información relevante para la elaboración de nuestro modelo de negocios, realizamos una investigación de mercado la cual constó de dos etapas.

La primera etapa consistió en la difusión de una encuesta para padres y madres de las comunas del sector oriente de la Región Metropolitana, dicha encuesta fue aplicada a través de la plataforma Google Forms con el objetivo de conocer la percepción de los padres y madres sobre los servicios de cuidado infantil existentes, saber qué aspectos se pueden mejorar y de qué manera hacerlo y a cuáles atributos les dan mayor importancia.

La segunda etapa consistió en realizar entrevistas a tres profesionales relacionados a la educación y cuidado infantil de manera de obtener información útil para el correcto funcionamiento operativo de la guardería.

29.30 Hipótesis.

H0: “El 90% de los padres prefieren servicios de cuidado infantil que cuenten con un entorno seguro, siendo este el atributo más importante para ellos.”

H1: “Al menos el 60% de padres y/o tutores legales residentes en las comunas del sector oriente de Santiago, requieren servicios de cuidado infantil con horarios flexibles y adaptables a empleos no tradicionales o con turnos variables”.

H2: “El 65% de los padres y/o tutores están dispuestos a pagar un poco más por el cuidado de sus hijos, a cambio de un servicio de cuidado infantil que refleje la calidad y los beneficios para los niños”.

29.31 Definición de los objetivos

Los objetivos de esta investigación de mercado, fueron planteados de manera de obtener información relevante sobre los servicios de cuidado infantil en las comunas del sector oriente de Santiago, que nos permita corroborar las hipótesis planteadas con el fin de saber si el negocio es viable y factible de realizar.

Objetivo General

- Identificar las preferencias, expectativas y necesidades de los padres y tutores en cuanto los servicios de cuidado infantil.

Objetivos Específicos

- Encuestar al menos 70 padres, madres y/o tutores legales de niños entre 1 y 8 años de edad.
- Entrevistar a 3 expertos relacionados con la educación y cuidado infantil (Educatora de Párvulos/Psiquiatra, Psicólogo Infantil y Prevencionista de riesgo).

29.32 Diseño de los instrumentos de medición

La investigación realizada utilizó una metodología mixta ya que el objetivo principal era obtener una visión general y una comprensión inicial de un mercado específico para lo cual se utilizó métodos cualitativos y cuantitativos. Al explorar diferentes aspectos del mercado, como las necesidades de los consumidores, los competidores existentes y las tendencias del mercado, logramos identificar oportunidades y desafíos potenciales, además de información relevante sobre segmentos de mercado poco atendidos.

En la etapa cualitativa de la investigación de mercado se aplicaron encuestas a tres expertos:

- **Educadora de Párvulo y Psicopedagoga:** logramos recoger información relevante para estructurar un programa educativo, metodologías de trabajo, técnicas para fomentar el desarrollo social, entre otras.

- **Especialista en Prevención de Riesgos de Fundación Integra:** nos entregó información relevante sobre los principales riesgos que se deben tener en cuenta en un establecimiento que recibe niños pequeños y cómo minimizar dichos riesgos. Además de los protocolos de emergencia, las medidas de seguridad básicas y los aspectos claves que deben cumplir las instalaciones.

Entrevista a un experto en educación infantil:

1. ¿Qué características debe tener una guardería infantil para ofrecer un servicio de alta calidad?
1. ¿Qué metodologías educativas son adecuadas para niños y niñas de 1 a 8 años?
2. ¿Cómo se puede fomentar el desarrollo de habilidades sociales en los niños y niñas?
3. ¿Qué recomendaciones daría para la implementación de un programa educativo en una guardería infantil?

Entrevista a un experto en prevención de riesgos:

1. ¿Cuáles son los principales o más comunes riesgos que se deben tener en cuenta dentro de un establecimiento tipo guardería que recibe niños pequeños en edades entre 1 y 9 años?
2. ¿Cuáles son las medidas de seguridad básicas que se deben implementar en una guardería para proteger la salud y seguridad de los niños?
3. ¿Cuáles son los aspectos clave a evaluar al seleccionar un lugar o instalaciones para establecer una guardería infantil en términos de seguridad?

4. ¿Cuáles son los protocolos o planes de emergencia con los que se debe contar para situaciones de emergencias en una guardería infantil?
5. ¿Qué recomendaciones tienes para garantizar un entorno seguro y saludable en el patio de juegos de una guardería infantil?

Entrevista a psicólogo infantil:

1. ¿Cuáles son los principales desafíos a los que se enfrentan los niños y niñas en la etapa de 1 a 8 años?
2. ¿Qué habilidades son fundamentales para el desarrollo infantil en esta etapa?
3. ¿Cómo se puede fomentar el desarrollo integral de los niños y niñas en una guardería infantil?
4. ¿Qué recomendaciones daría a una guardería que quiere ofrecer un servicio de alta calidad a nivel psicológico?

Por otra parte, la etapa cuantitativa de la investigación de mercado corresponde a un formulario de 17 preguntas aplicadas en Google Forms directamente a personas de las comunas del sector oriente de la Región Metropolitana, la cual fue difundida a través de email y Whatsapp.

38.5 Encuesta.

1. Género

- a) Masculino
- b) Femenino
- c) Otra

2. Edad

- a) Menos de 25
- a) 25 a 30
- b) 31 a 35
- c) 36 a 40
- d) 41 a 45
- e) Más de 45

3. ¿En qué comuna reside?

4. ¿Cuál es su nivel de ingresos? (líquido mensual)*

- a) Menos de \$1.000.000
- b) Entre \$1.000.0001 y \$1.500.000
- c) Entre \$1.500.001 y \$2.000.000
- d) Entre \$2.000.001 y \$2.500.000
- e) Entre \$2.500.001 y \$3.000.000
- f) más de \$3.000.000
- g) Prefiere no responder



5. ¿Tiene hijos o es tutor legal de algún niño o menor de edad?*

- a) Sí
- b) No

6. ¿Cuántos hijos o niños menores de edad tiene bajo su tutela?*

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) 4 o más

7. Seleccione él o los rangos de edad que tienen sus hijos*

- Menos de 1 año
- Entre 1 y 2 años
- Entre 3 y 4 años
- Entre 5 y 6 años
- Entre 7 y 8 años
- 9 años o más

8. ¿Alguna vez ha utilizado servicios de cuidado infantil?*

- a) Sí, con frecuencia
- b) Sí, ocasionalmente
- c) No, nunca

9. ¿Cuáles de estos factores considera usted más importantes al momento de elegir un servicio de cuidado infantil? Seleccione los 2 más importantes*

- Seguridad de los niños
- Calidad de atención
- Flexibilidad de horarios
- Precio asequible
- Ubicación conveniente
- Otro:

10. ¿Preferiría un servicio de cuidado infantil por horas o tiempo completo?*

- a) Por horas
- b) Día completo
- c) Ambos
- d) Ninguno

11. ¿Con qué frecuencia cree que necesitaría este tipo de servicio?

- a) 5 o más días por semana
- b) 3 a 4 días por semana
- c) 1 a 2 días por semana
- d) 2 veces al mes
- e) 1 vez al mes o menos

12. ¿Cuántas horas al día necesitaría del servicio de cuidado infantil?*

- a) Menos de 2 horas
- b) Más de 2 y menos de 3 horas
- c) Más de 3 y menos de 4 horas



d) 4 horas o más

13. ¿Le gustaría que el servicio de cuidado infantil incluya actividades educativas y de entretenimiento para su hijo?

- a) Sí, me gustaría que haya actividades educativas
- b) Sí, me gustaría que haya actividades de entretenimiento
- c) Sí, me gustaría que incluya ambas actividades
- d) No, no es necesario

14. ¿Qué importancia le da a la experiencia y capacitación del personal de una guardería o servicio de cuidado infantil?

- a) Muy importante
- b) Importante
- c) Poco Importante
- d) No es Importante

15. ¿De qué manera preferiría recibir información sobre el progreso y las actividades diarias que realiza su hijo en un servicio de cuidado infantil?

- a) Correo electrónico
- b) Aplicación Móvil
- c) Llamada telefónica
- d) De manera personal
- e) No es relevante recibir esta información



16. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por un servicio de cuidado infantil de alta calidad?

- a) Más de \$20.000 por hora
- b) Entre 15.001 y \$20.000 por hora
- c) Entre 10.000 y 15.000 por hora
- d) Menos de \$10.000 por hora
- e) No, no estoy dispuesto a pagar por un servicio de alta calidad

17. ¿Qué mejoras crees que podrían realizarse en los servicios de cuidado infantil o guarderías existentes?

29.30 Determinación de la muestra

Para calcular el n utilizamos un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%. Teniendo en cuenta que hay 22.498 niños y niñas entre 1 y 8 años en las comunas del sector oriente de Santiago, utilizamos esta cifra en la fórmula para poblaciones finitas.

z: Para un nivel de confianza del 95%, z es aproximadamente 1.96.

p: En este caso, no tenemos una estimación precisa, por lo que podemos asumir $p=0.5$ para obtener un tamaño de muestra conservador.

q: $1 - p$

e: Margen de error 0.05 (5%)

N: Tamaño de la población = 22.498

$$n = (1.96^2 * 0.5 * 0.5) / ((0.05^2 / 22498) + (1.96^2 * 0.5 * 0.5))$$

$$n=384,15$$

De acuerdo a nuestro cálculo el tamaño de muestra sería de 385 personas. Este dato es una aproximación y no un dato real ya que hemos tomado como base el número de niños que viven en las comunas del sector oriente cuando nuestro mercado objetivo debieran ser los hogares o familias con hijos residentes de dichas comunas. Por lo tanto el dato real debería ser más reducido.

Si bien estos resultados no son concluyentes, de igual forma son considerados en las definiciones del modelo de negocio y estimación de la demanda ya que es un dato más cercano a la realidad.

29.31 Análisis de la Demanda.

TAM (Total Addressable Market): El tamaño de la población total del mercado objetivo es de 22,498 niños y niñas entre 1 y 8 años en las comunas del sector oriente de Santiago. Si consideramos que estos niños representan la demanda potencial para el negocio de cuidado infantil y guarderías, entonces el TAM sería 22,498.

SAM (Serviceable Addressable Market): La porción del TAM en la cual el negocio puede competir de manera efectiva. De acuerdo al tamaño de la muestra (n) de 385, si consideramos que la encuesta arrojó que el 47% de las familias utilizan servicios de cuidado infantil y guarderías, al aplicar ese porcentaje al TAM obtenemos una estimación del SAM de $22,498 * 0.47 = 10.574$ niños y niñas entre 1 y 8 años.

SOM (Serviceable Obtainable Market): La porción del SAM que el negocio puede alcanzar en realidad, considerando los recursos, estrategias de marketing y otras limitaciones.

La capacidad de nuestra guardería es de 45 niños en forma simultánea, pero debido a la rotación que tendremos para cubrir los diferentes días y horarios estimamos una capacidad de 115 niños que puedan coexistir asistiendo en diferentes bloques horarios. Esto equivale alrededor de un 3,3% del SAM, por lo tanto nuestro SOM sería $10.574 * 0.033 = 349$ niños y niñas entre 1 y 8 años de las comunas del sector oriente de Santiago.

29.32 Recolección de datos

Dado que nuestro mercado objetivo fue definido dentro de las comunas del sector oriente de Santiago, contactamos a través de e-mail y Whatsapp a personas de dichas comunas que tuvieran hijos pequeños, y les hicimos llegar una encuesta realizada en la plataforma Google Forms. Dichas encuestas fueron enviadas personalmente a cada contacto y algunos de los encuestados a su vez enviaron el formulario a personas conocidas que cumplieran con dicho perfil.

En cuanto a las entrevistas, estas fueron realizadas a través de video llamadas en la plataforma Google Meet.

29.33 Etapa Cualitativa

Entrevistas a expertos: en esta etapa se entrevistó a tres expertos de diferentes áreas relacionadas a la educación infantil y los cuidados que se requiere al estar a cargo de un grupo de niños pequeños. A través de dichas entrevistas logramos interiorizarnos mucho más con los aspectos técnicos y funcionales del negocio y pudimos comprender con mayor exactitud cuáles son los aspectos más relevantes a considerar en su implementación.

María Paz Fuentes

Técnico de nivel superior en educación parvularia / Psicopedagoga de Instituto Profesional IPG

¿Qué características debe tener una guardería infantil para ofrecer un servicio de alta calidad?

“En primer lugar, para ofrecer un servicio de alta calidad se debe contar con un ambiente acogedor donde los niños se sientan cómodos y seguros.

Los espacios físicos deben ser adecuados y contar con distintos ambientes para poder ir cambiando a los niños de lugares y tipos de actividad. Debemos tener en cuenta que antes de los 4 años de edad su nivel de concentración y capacidad de estar enfocados en algo no es mayor a los 10 minutos, por lo tanto las actividades no pueden ser muy largas.

Las educadoras deben tener la capacidad de realizar una observación constante de los niños para comprender sus intereses, habilidades y necesidades. De esta manera se pueden diseñar actividades y adaptarlas de manera más personalizada.

La comunicación continua con los padres y apoderados es súper importante para el desarrollo y progreso de los niños, por lo que el ideal es poder tener reuniones periódicas, para revisar los avances y dificultades que puedan presentar en el aprendizaje.

Es importante la dotación de personal que exista en las salas, ya que por ejemplo para grupos de niños menores de 4 deben haber 3 personas si el grupo es de 11 niños. Para niños más grandes la proporción puede ser 1 cuidador cada 8-10 niños.”

¿Qué metodologías educativas son adecuadas para niños y niñas de 1 a 8 años?

“Existe una metodología llamada DUA (Diseño Universal de Aprendizaje) el cual se utiliza en educación, a través del cual se trata un mismo tema desde diferentes perspectivas, a través de imágenes, textos, videos, audios u otras herramientas de manera de adaptar la percepción de acuerdo a las necesidades de cada niño. Por ejemplo, si el tema es el Mar, un grupo va a ver videos sobre el mar, otro grupo leerá libros sobre el mar, otro grupo recortará peces y animales marinos.

Esta metodología está siendo muy utilizada ya que abarca diferentes necesidades educativas y promueve la variedad de opciones para que los niños puedan demostrar su comprensión y conocimiento.

Además se fomenta la inclusión y se promueve la participación activa de todos los niños”

¿Cómo se puede fomentar el desarrollo de habilidades sociales en los niños y niñas?

“Para fomentar las habilidades sociales existen diferentes estrategias y dinámicas que se pueden realizar. De acuerdo a mi percepción, una de las estrategias que da buenos resultados es hacer un círculo con los niños y poner un tema de conversación. Siempre debe empezar hablando la educadora. El tema seleccionado y el lenguaje deben propiciar un ambiente en el que ellos se sientan muy cómodos hasta que alguno quiera empezar a opinar o a compartir sus ideas, pensamientos, experiencias, etc. A veces hay niños muy tímidos, entonces debe ser un grupo más reducido, por ejemplo, en vez de tener un grupo de 10, lo reduces solo a 3 niños. Y ya cuando es muy extremo, te quedas solo con 2 y siempre debe haber un adulto mediador el cual propone

el tema y comienza a hablarle a los niños. Siempre se debe considerar que cuando hay niños más pequeños o más tímidos, existen maneras de que se sientan más protegidos, ya sea poniéndonos al lado de ellos, sin presiones y siempre de acuerdo a sus propios tiempos.

Muchas veces los niños pequeños juegan juntos pero no interactúan estando uno al lado del otro, cada uno en su propio mundo. Generalmente pasan varios días así hasta que se acostumbran a tener al amigo jugando al lado y de repente empiezan a hablar, no necesariamente interactuar en el juego, sino que hablar entre ellos.

Otra manera interesante es hacer actividades que les gusten a ambos niños. Por ejemplo, si sabes que a dos niños les gustan los bloques de construcción, acomodas una mesa con dichos materiales y dos sillas, procurando disponer la mitad de los bloques de para cada uno. De esta manera estarás haciendo que jueguen en una mesa común, lo que irá generando poco a poco que comiencen a interesarse en lo que está haciendo el otro niño, esto facilitará la interacción y fomentará que comiencen a conversar entre ellos.

Otra técnica es hacer juegos dirigidos, que pueden ser con una pelota o con otro objeto, pero que sean en equipos pequeños de dos o tres niños, para que ellos vayan tomando confianza.

Además de cosas más triviales como poner temas que les guste conversar, pedirles opiniones, hacerlos cantar una canción juntos, etc.

Todo esto va generando confianza, pero siempre teniendo en cuenta que en una primera etapa se debe comenzar por grupos reducidos e ir aumentando gradualmente el número de niños.

Siempre se debe considerar que los adultos y educadores desempeñan un papel crucial como modelos de comportamiento social, por lo que se les debe mostrar cómo comportarse de manera amable, respetuosa y empática, tanto con sus palabras como acciones concretas. Hoy en día se hace necesario promover el aprendizaje de diferentes culturas y tradiciones para que desarrollen tolerancia, respeto y aceptación de la diversidad.

Por último es súper importante enseñarles a los niños el tema de la seguridad y que no pueden ser vulnerados. Con esto me refiero a recalcar que no se pueden ir con cualquier persona, o que una persona extraña no los puede obligar a hacer algo que ellos no quieren, que existen saludos

diferenciados y límites personales, en el sentido de que su cuerpo les pertenece y tienen derecho a decir que no ante algo que les haga sentir incómodos.”

¿Qué recomendaciones daría para la implementación de un programa educativo en una guardería infantil?

“Sería difícil implementar un programa educativo en una guardería infantil a la cual los niños por lo general no acuden regularmente o muchas veces van en diferentes horarios de acuerdo a las necesidades de sus padres o apoderados.

Yo diría que si bien es cierto es complicado establecer un programa formativo, si se puede establecer un programa flexible adaptado a diferentes horarios y asistencias. Para esto sería necesario llevar una ficha en la cual se pueda registrar los progresos, las dificultades en el aprendizaje, los gustos y preferencias de cada niño, etc.

La idea sería desarrollar temáticas y actividades base que sean implementables en niños de diferentes edades y con distintas necesidades, acá se hace útil lo que comenté anteriormente respecto a la metodología DUA (Diseño Universal de Aprendizaje) que permitirá sobre un mismo tema base abordar diferentes aspectos en pos de desarrollar las habilidades que cada niño requiera.”

Daniela Saldaña

Prevencionista de Riesgo Fundación Integra

¿Cuáles son los principales o más comunes riesgos que se deben tener en cuenta dentro de un establecimiento tipo guardería que recibe niños pequeños en edades entre 1 y 9 años?

“Caídas: Debido a la actividad y curiosidad de los niños, es importante asegurar que las superficies sean antideslizantes, las escaleras cuenten con barandas y las áreas de juego estén acolchadas.

Lesiones por objetos: Los objetos pequeños, puntiagudos o pesados deben mantenerse fuera del alcance de los niños, especialmente aquellos que podrían ser peligrosos si se ingieren o arrojan.

Riesgos eléctricos: Los enchufes deben estar protegidos, los cables asegurados y los electrodomésticos o equipos eléctricos fuera del alcance de los niños.

Riesgos químicos: Los productos químicos deben estar almacenados en lugares seguros y etiquetados correctamente para evitar la ingestión accidental.

Enfermedades contagiosas: Es fundamental mantener altos estándares de higiene, promover el lavado de manos y contar con políticas de control de enfermedades contagiosas.”

¿Cuáles son las medidas de seguridad básicas que se deben implementar en una guardería para proteger la salud y seguridad de los niños?

“Mantener una supervisión adecuada en todo momento.

Contar con personal capacitado en primeros auxilios y en el manejo de situaciones de emergencia.

Realizar inspecciones regulares para identificar posibles riesgos y corregirlos de inmediato.

Tener un plan de seguridad y emergencia, incluyendo rutas de evacuación y puntos de encuentro.

Implementar políticas de control de acceso y seguridad, asegurando que solo personas autorizadas puedan ingresar al establecimiento.

Promover la comunicación efectiva con los padres para informarles sobre medidas de seguridad y cualquier incidente que ocurra.”

¿Cuáles son los aspectos clave a evaluar al seleccionar un lugar o instalaciones para establecer una guardería infantil en términos de seguridad?

“Verificar el estado de las instalaciones, incluyendo la estructura del edificio, la calidad de los materiales y la presencia de sistemas de seguridad, como extintores y detectores de humo.

Evaluar la ubicación en términos de acceso a servicios de emergencia y rutas de evacuación.

Considerar la existencia de áreas al aire libre seguras y adecuadas para el juego de los niños.

Investigar la reputación y cumplimiento de normas de seguridad del lugar.”

¿Cuáles son los protocolos o planes de emergencia con los que se debe contar para situaciones de emergencias en una guardería infantil?

“Tener un plan de evacuación claro y practicar simulacros regularmente.

Designar responsabilidades y roles específicos para el personal en caso de emergencia.

Contar con un sistema de comunicación efectivo para notificar a los padres y autoridades en caso de emergencia.

Capacitar al personal en el manejo de situaciones de emergencia, incluyendo primeros auxilios y resucitación cardiopulmonar (RCP).”

¿Qué recomendaciones tienes para garantizar un entorno seguro y saludable en el patio de juegos de una guardería infantil?

“Utilizar superficies de juego adecuadas, como césped, arena o goma elástica.

Asegurar que los equipos de juego cumplan con las normas de seguridad y estén en buen estado.

Mantener una distancia segura entre los equipos para prevenir colisiones.

Supervisar constantemente el patio de juegos y realizar inspecciones periódicas de seguridad.

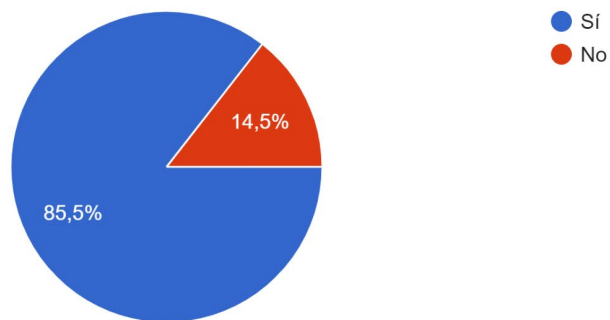
Fomentar el lavado de manos antes y después de jugar en el patio.”

29.34 Etapa Cuantitativa

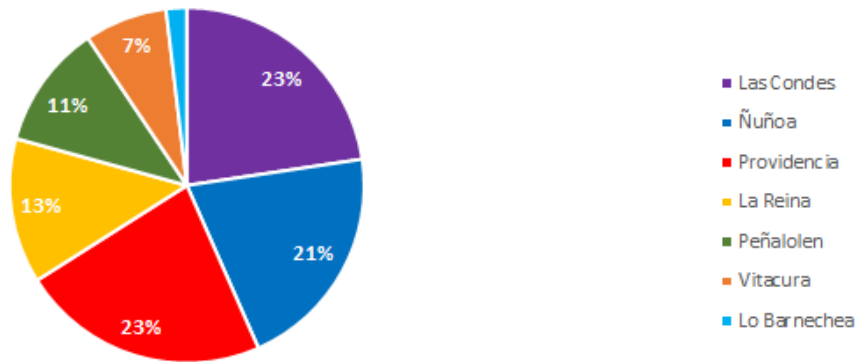
Nuestro objetivo era conseguir al menos 70 respuestas y logramos recopilar 83, de las cuales 12 declaran no tener hijos en los rangos de edad estipulados entre 1 y 8 años de edad. Dado lo anterior nuestra muestra real es de 71 respuestas para efectos de medición.

¿Tiene hijos o es tutor legal de algún niño o menor de edad?

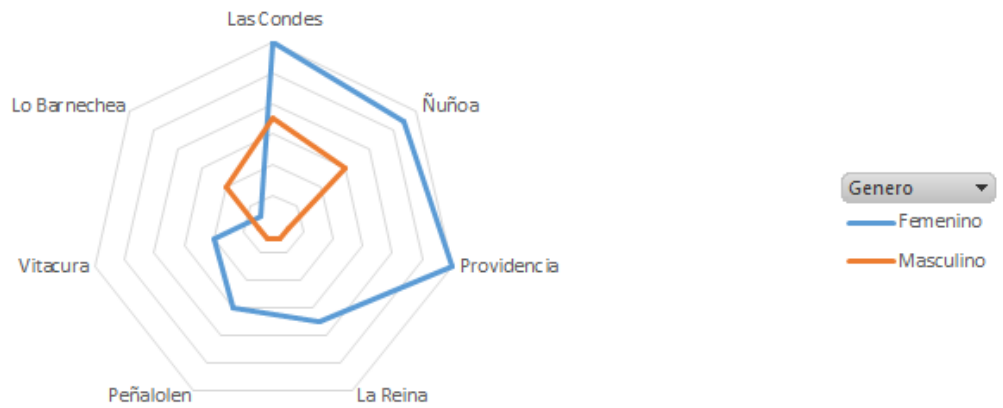
83 respuestas



% de encuestados por Comuna



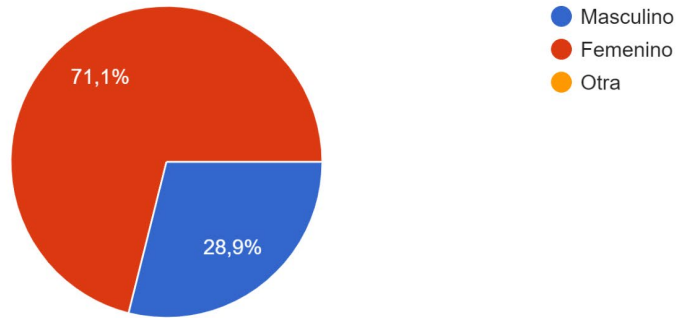
% de encuestados por Comuna





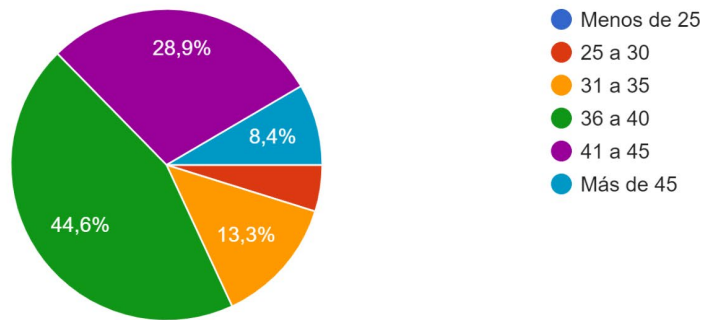
Genero

83 respuestas



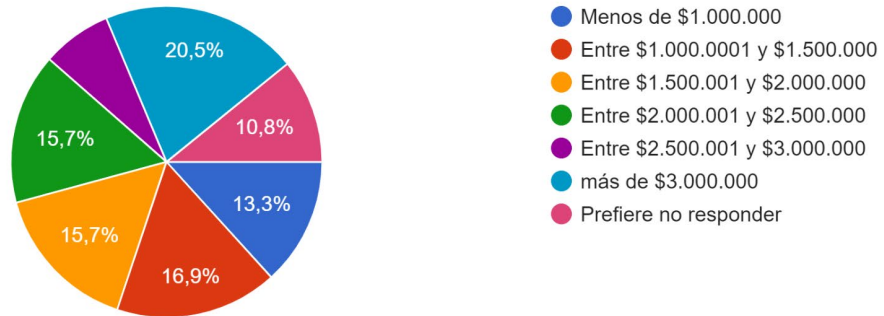
Edad

83 respuestas



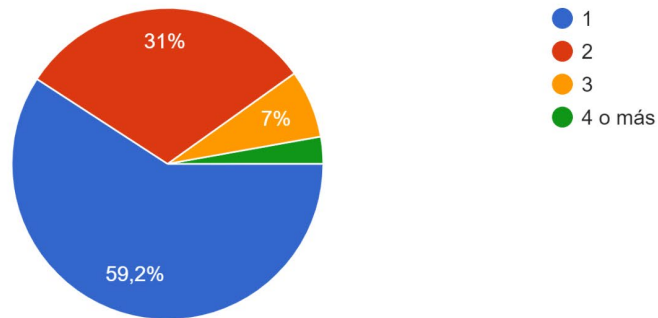
¿Cuál es su nivel de ingresos? (líquido mensual)

83 respuestas



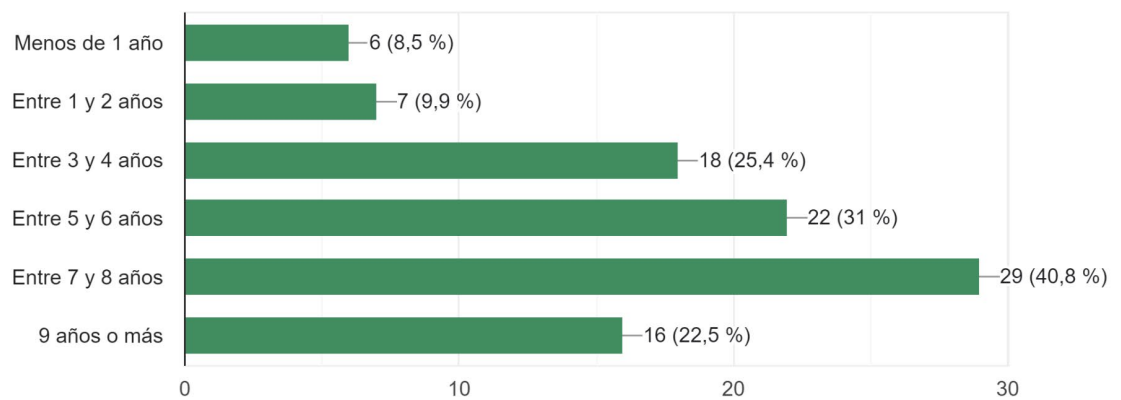
¿Cuántos hijos o niños menores de edad tiene bajo su tutela?

71 respuestas



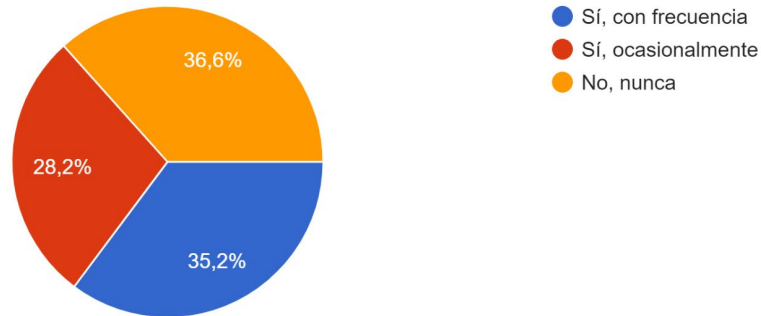
Seleccione él o los rangos de edad que tienen sus hijos

71 respuestas



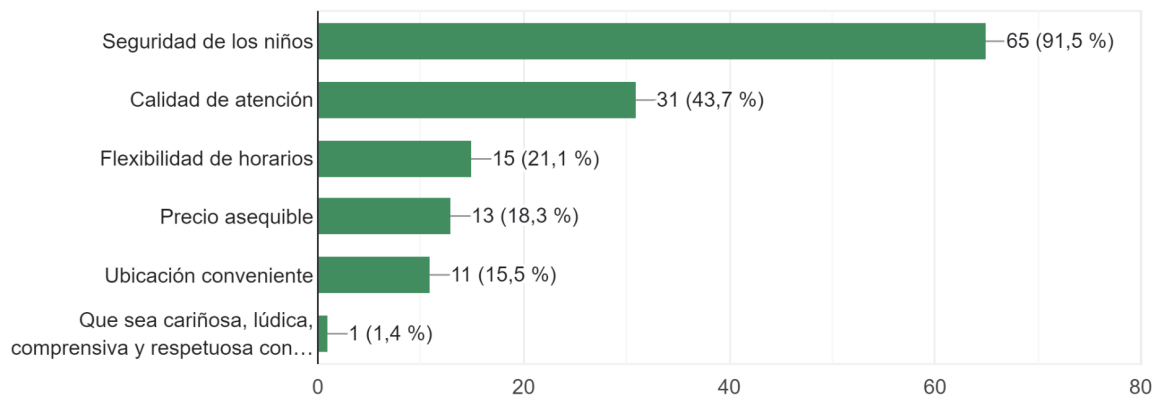
¿Alguna vez ha utilizado servicios de cuidado infantil?

71 respuestas



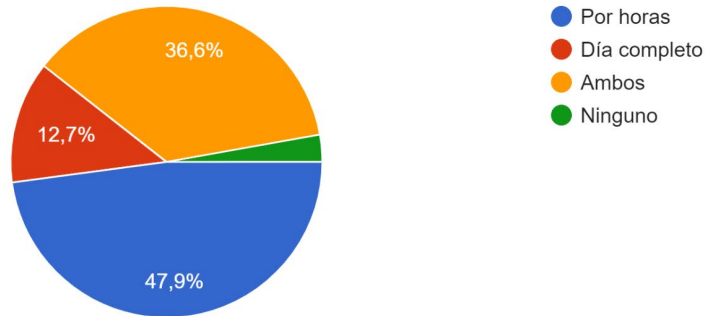
¿Cuáles de estos factores considera usted más importantes al momento de elegir un servicio de cuidado infantil? Seleccione los 2 más importantes

71 respuestas



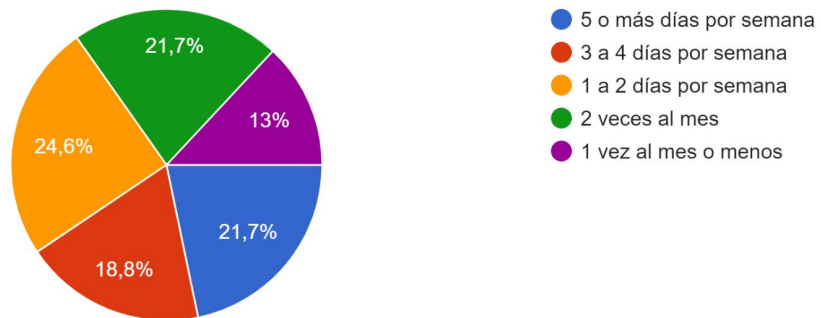
¿Preferiría un servicio de cuidado infantil por horas o tiempo completo?

71 respuestas



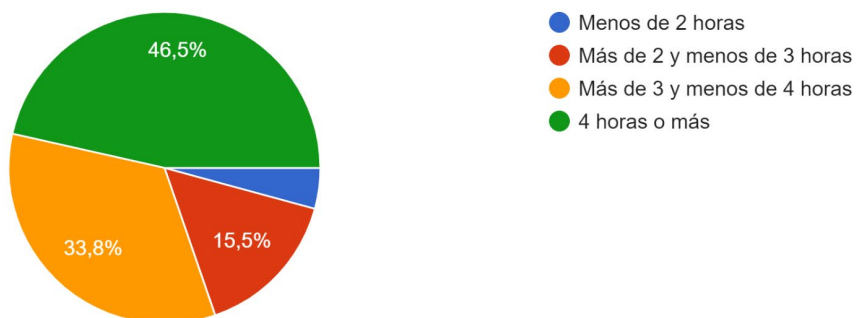
¿Con qué frecuencia cree que necesitaría este tipo de servicio?

69 respuestas



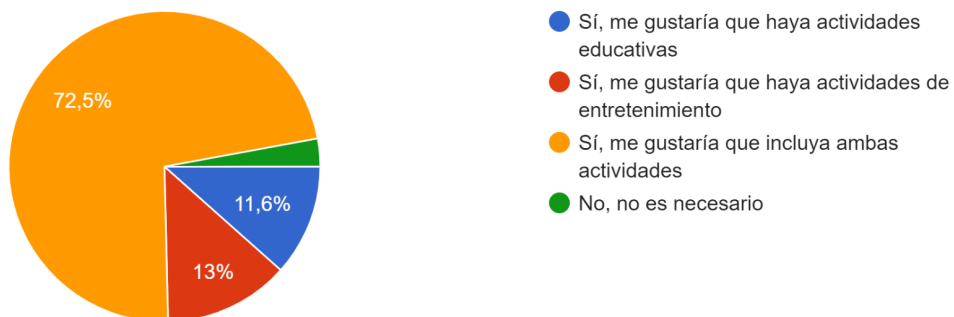
¿Cuántas horas al día necesitaría del servicio de cuidado infantil?

71 respuestas



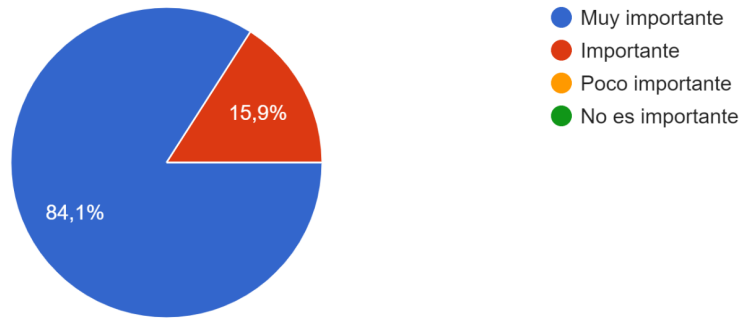
¿Le gustaría que el servicio de cuidado infantil incluya actividades educativas y de entretenimiento para su hijo?

69 respuestas



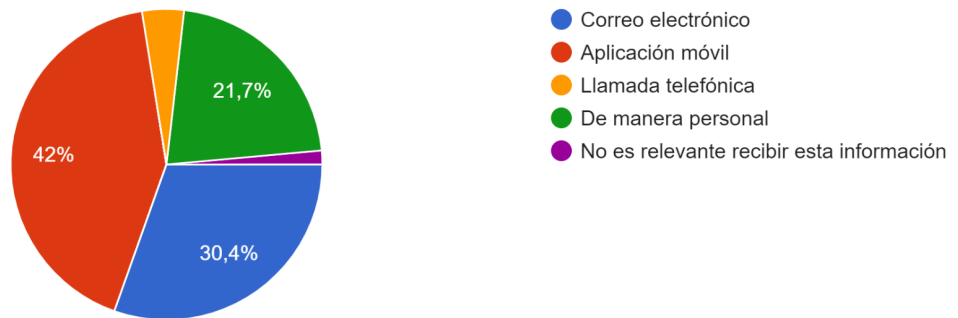
¿Qué importancia le da a la experiencia y capacitación del personal de una guardería o servicio de cuidado infantil?

69 respuestas



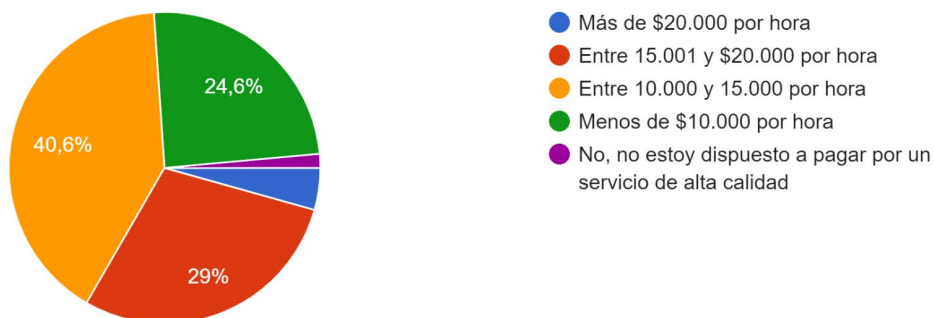
¿De qué manera preferiría recibir información sobre el progreso y las actividades diarias que realiza su hijo en un servicio de cuidado infantil?

69 respuestas



¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por un servicio de cuidado infantil de alta calidad?

69 respuestas



La última pregunta de la encuesta, consistía en una pregunta abierta la cual nos entregó datos sobre qué aspectos y oportunidades de mejora existen en los servicios actuales de cuidado infantil. Estas fueron las respuestas que más se repitieron y que más llamaron nuestra atención:

¿Qué mejoras crees que podrían realizarse en los servicios de cuidado infantil o guarderías existentes?	Nº
Cámaras en línea	14
Flexibilidad y adaptación de horarios	9
Mejorar comunicación hacia los padres	7
personal mas calificado	6
Mejores espacios adaptados para los niños	5
Precios más bajos	4
Talleres y actividades complementarias	3
Seguridad para los niños	3
Contención y cuidado emocional	3
Que laven la ropa que ensucian los niños	1
Servicios de fin de semana	1

38.11 Análisis de Datos

De las personas encuestadas tenemos un porcentaje mayoritariamente de la Comuna de Las Condes (23%), Providencia (23%) y Ñuñoa (21%).

El 40% de los padres encuestados tiene entre 36 y 40 años de edad, seguido por el grupo etario entre 41 a 45 años que representan el 28,9%.

En su mayoría fueron mujeres las que respondieron la encuesta (71,1%) mientras que los hombres constituyeron un grupo minoritario (28,9%)

El promedio de hijos por grupo familiar de los encuestados es de 1,47 y es bastante similar entre todas las comunas encuestadas.

Comuna	Promedio de ¿Cuántos hijos o niños menores de edad tiene bajo su tutela?
Peñalolén	1,67
La Reina	1,63
Vitacura	1,60
Las Condes	1,53
Ñuñoa	1,47
Lo Barnechea	1,25
Providencia	1,23
Total general	1,47

Tal como pudimos ver en una de las respuestas el 59,2% de los encuestados sólo tiene 1 hijo mientras que el 31% sólo 2. Es decir que más del 90% tiene 1 o 2 hijos por lo que la población que

tiene mayor cantidad de hijos o niños bajo su tutela es minoritaria, representando menos del 10% de la muestra.

En la pregunta n°9 de la encuesta pedimos seleccionar los 2 factores más importantes al momento de elegir un servicio de cuidado infantil siendo la Seguridad de los niños (91,5%) la más valorada por los encuestados, junto con la Calidad de atención (43,7%). Dejando otros factores como el precio (18,3%) y la ubicación (15,5%) como menos importantes a la hora de elegir.

Dado lo anterior podemos dar por validada nuestra hipótesis H0 ya que más del 90% de los padres prefieren servicios de cuidado infantil que cuenten con un entorno más seguro para los niños.

Respecto a nuestra hipótesis H1 también fue posible validarla dados los siguientes datos recopilados:

El 47,9% de los encuestados afirma que preferiría un servicio de cuidado infantil por horas, mientras que sólo el 12,7% asegura que prefiere un servicio de tiempo completo. El 36,6% restante indica preferir ambos, por lo tanto un 84,5% de los encuestados si requiere contratar un servicio flexible por horas lo que supera ampliamente el 60% planteado inicialmente.

Dentro de la información recopilada a través de las preguntas n°11 y n°12 nos percatamos que el mercado es diverso en cuanto a la demanda según la cantidad de días y horas que los padres requieren los servicios de cuidado infantil ya que están divididos de manera bastante homogénea.

- 24,6% requiere el servicio 1 a 2 veces por semana.
- 21,7% requiere 5 o más veces por semana
- 21,7% requiere el servicio 2 veces al mes.
- 18,8% requiere el servicio 3 a 4 días por semana.
- 13% requiere el servicio 1 vez al mes o menos.

Esto es positivo para nuestro negocio dada nuestra idea de negocios de una guardería con horarios flexibles y adaptables a las necesidades de los padres.

Respecto a nuestra hipótesis H2 podemos decir que también fue validada ya que tal como vimos anteriormente, en la pregunta n°9 el precio quedó por debajo de otros factores (Seguridad, calidad, flexibilidad de horarios). Sólo el 18,3% de los encuestados señalaron el precio dentro de los 2 factores más importantes al momento de elegir una guardería o servicio de cuidado infantil.

Esto además se complementa con que en la pregunta n°15 en relación a los valores que estarían dispuestos a pagar por hora, sólo un 1,4% indica no estar dispuesto a pagar por un servicio de alta calidad.

En la siguiente tabla se muestran los valores que están dispuestos a pagar los padres y madres por comuna. Podemos apreciar que el 40% está dispuesto a pagar entre \$10.000 y \$15.000 por hora mientras que el 31% pagaría un valor de entre \$15.000 y \$20.000 por hora.

¿Cuánto dinero está dispuesto a pagar por hora?							
Comuna	No estoy dispuesto a pagar por un servicio de alta calidad	menos de 10.000	10.000-15.000	15.000-20.000	más de 20.000	Total general	
La Reina	0%	3 38%	3 38%	2 25%	0%	8	100%
Las Condes	0%	2 11%	8 42%	7 37%	2 11%	19	100%
Lo Barnechea	0%	1 20%	1 20%	2 40%	1 20%	5	100%
Ñuñoa	0%	2 13%	8 53%	5 33%	0%	15	100%
Peñalolen	0%	1 14%	3 43%	3 43%	0%	7	100%
Providencia	1 8%	7 54%	4 31%	1 8%	0%	13	100%
Vitacura	0%	1 20%	2 40%	2 40%	0%	5	100%
Total general	1 1%	17 24%	29 40%	22 31%	3 4%	72	100%

Capítulo V. Plan Financiero

39. Inversión inicial

Item	N°	Precio unitario	Total	Vida útil
Mobiliario salas (mesa + 4 sillas)	15	\$100.000	\$1.500.000	5
Mobiliario de oficina (escritorio + silla)	4	\$200.000	\$800.000	5
Mobiliario sala coworking (estación de tr	2	\$200.000	\$400.000	5
Televisores	4	\$250.000	\$1.000.000	5
Cámaras	15	\$50.000	\$750.000	5
Dispensador de agua	3	\$90.000	\$270.000	5
Cafetera Nesspreso	1	\$100.000	\$100.000	5
Climatizadores	5	\$400.000	\$2.000.000	5
Notebook	1	\$400.000	\$400.000	5
PC Escritorio	3	\$400.000	\$1.200.000	5
Impresoras	2	\$150.000	\$300.000	5
Refrigerador	1	\$400.000	\$400.000	5
Equipo de amplificación	1	\$150.000	\$150.000	5
Centro de Juegos Plástico	1	\$900.000	\$900.000	5
Centro de Juegos Madera	1	\$1.500.000	\$1.500.000	5
Libros infantiles	1	\$350.000	\$350.000	5
Materiales de trabajo	1	\$500.000	\$500.000	
Uniformes personal	5	\$25.000	\$125.000	5
Electrodomésticos	1	\$100.000	\$100.000	5
Utensilios de cocina	1	\$100.000	\$100.000	5
Colchonetas	15	\$15.000	\$225.000	5
Mantas y frazadas	20	\$10.000	\$200.000	5
Juegos didácticos	15	\$5.000	\$75.000	5
Diseño y desarrollo Página Web	1	\$600.000	\$600.000	
Diseño y desarrollo App	1	\$1.500.000	\$1.500.000	
Total Inversión Activable			\$15.445.000	
Trabajos, remodelaciones y pintura	1	\$2.182.698	\$2.182.698	
Constitución legal, escritura, permisos	1	\$2.450.000	\$2.450.000	
Total Inversión No Activable			\$4.632.698	
INVERSIÓN INICIAL TOTAL			\$20.077.698	

40. Proyección de ventas

PROYECCION MENSUAL	Año 1											
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Dias	24											
PROYECCION	Año 1											
Tickets	Año 1											
Horas MES	600	650	584	550	550	597	800	600	600	800	800	850
Valor /hora	\$ 12.500	\$ 12.500	\$ 12.500	\$ 12.500	\$ 12.500	\$ 12.500	\$ 12.500	\$ 12.500	\$ 12.500	\$ 12.500	\$ 12.500	\$ 12.500
Guardería a domicilio	Año 1											
Horas MES	5	8	8	8	10	10	10	12	12	12	16	16
Valor /hora	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000
Cumpleaños	Año 1											
Nº eventos MES	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	3	3
Valor /hora	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000
talleres horas	Año 1											
Nº tickets TALLERES MES	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Valor /hora	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 6.000
Sala reuniones	Año 1											
Nº Horas MES	1	1	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3
Valor /hora	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000
Cafeteria	Año 1											
Venta café DIA	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
Valor	\$ 1.850	\$ 1.650	\$ 1.650	\$ 1.650	\$ 1.650	\$ 1.650	\$ 1.650	\$ 1.650	\$ 1.650	\$ 1.650	\$ 1.650	\$ 1.650

INGRESOS	Año 1												TOTAL AÑO 1
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Ingreso Tickets	\$ 7.500.000	\$ 8.125.000	\$ 7.300.000	\$ 6.875.000	\$ 6.875.000	\$ 7.462.500	\$ 10.000.000	\$ 7.500.000	\$ 7.500.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.625.000	\$ 99.762.500
Guarderia domicilio	\$ 125.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 3.175.000
Cumpleaños	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 5.500.000
Talleres horas	\$ 576.000	\$ 576.000	\$ 576.000	\$ 576.000	\$ 576.000	\$ 576.000	\$ 576.000	\$ 576.000	\$ 576.000	\$ 576.000	\$ 576.000	\$ 576.000	\$ 6.912.000
Arriendo sala reuniones	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 135.000
Venta Café	\$ 88.800	\$ 79.200	\$ 79.200	\$ 79.200	\$ 79.200	\$ 79.200	\$ 79.200	\$ 79.200	\$ 79.200	\$ 79.200	\$ 79.200	\$ 79.200	\$ 960.000
													\$ -
													\$ -
	\$ 8.544.800	\$ 9.235.200	\$ 8.410.200	\$ 7.990.200	\$ 8.290.200	\$ 8.877.700	\$ 11.420.200	\$ 8.970.200	\$ 8.970.200	\$ 11.470.200	\$ 11.820.200	\$ 12.445.200	\$ 116.444.500

	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5	TOTAL
Ingreso Tickets	\$ 99.762.500	\$ 129.691.250	\$ 162.114.063	\$ 194.536.875	\$ 243.171.094	\$ 829.275.781
Guarderia domicilio	\$ 3.175.000	\$ 3.810.000	\$ 4.572.000	\$ 5.029.200	\$ 6.638.544	\$ 23.224.744
Cumpleaños	\$ 5.500.000	\$ 6.600.000	\$ 7.260.000	\$ 8.349.000	\$ 10.018.800	\$ 37.727.800
Talleres horas	\$ 6.912.000	\$ 8.985.600	\$ 9.884.160	\$ 10.378.368	\$ 11.208.637	\$ 47.368.765
Arriendo sala reuniones	\$ 135.000	\$ 162.000	\$ 194.400	\$ 213.840	\$ 277.992	\$ 983.232
Venta Café	\$ 960.000	\$ 1.152.000	\$ 1.267.200	\$ 1.330.560	\$ 1.703.117	\$ 6.412.877
	\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ 116.444.500	\$ 150.400.850	\$ 185.291.823	\$ 219.837.843	\$ 273.018.184	\$ 944.993.199



41. Costos

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	Total Año1
	AÑO 1												
Arriendo	\$ 2.800.000	\$ 2.800.000	\$ 2.800.000	\$ 2.800.000	\$ 2.800.000	\$ 2.800.000	\$ 2.800.000	\$ 2.800.000	\$ 2.800.000	\$ 2.800.000	\$ 2.800.000	\$ 2.800.000	\$ 33.600.000
Servicios													
Luz	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 50.000	\$ 930.000
Gas	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 435.000
Agua	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 660.000
Mantención Jardín	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 660.000
Total Servicios	\$ 140.000	\$ 140.000	\$ 140.000	\$ 190.000	\$ 190.000	\$ 205.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 330.000	\$ 260.000	\$ 260.000	\$ 230.000	\$ 2.685.000
Salarios													
Directora	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000	\$ 19.200.000
Secretaria				\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 6.750.000
Monitora 1 - Jefa Pedagógica	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 10.200.000
Monitora 2	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 10.200.000
Co monitora 1	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 7.800.000
Co monitora 2								\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 3.250.000
Co monitora 3													\$ -
Aseo	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 6.000.000
Total Salarios	\$ 4.450.000	\$ 4.450.000	\$ 4.450.000	\$ 5.200.000	\$ 5.200.000	\$ 5.200.000	\$ 5.200.000	\$ 5.850.000	\$ 5.850.000	\$ 5.850.000	\$ 5.850.000	\$ 5.850.000	\$ 63.400.000
Materiales didácticos	\$ 50.000		\$ 50.000		\$ 50.000		\$ 50.000		\$ 50.000		\$ 50.000		\$ 300.000
Materiales Aseo y baño	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 480.000
Total costo variable	\$ 80.000	\$ 30.000	\$ 80.000	\$ 30.000	\$ 80.000	\$ 30.000	\$ 100.000	\$ 50.000	\$ 100.000	\$ 50.000	\$ 100.000	\$ 50.000	\$ 780.000
	\$ 7.470.000	\$ 7.420.000	\$ 7.470.000	\$ 8.220.000	\$ 8.270.000	\$ 8.235.000	\$ 8.400.000	\$ 9.000.000	\$ 9.080.000	\$ 8.960.000	\$ 9.010.000	\$ 8.930.000	\$ 100.465.000
Internet / Cable	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 660.000
RRSS - WEB	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 22.000.000
	\$ 1.055.000	\$ 1.055.000	\$ 2.055.000	\$ 2.055.000	\$ 2.055.000	\$ 2.055.000	\$ 2.055.000	\$ 2.055.000	\$ 2.055.000	\$ 2.055.000	\$ 2.055.000	\$ 2.055.000	\$ 22.660.000
TOTAL COSTOS	\$ 8.525.000	\$ 8.475.000	\$ 9.525.000	\$ 10.275.000	\$ 10.325.000	\$ 10.290.000	\$ 10.455.000	\$ 11.055.000	\$ 11.135.000	\$ 11.015.000	\$ 11.065.000	\$ 10.985.000	\$ 123.125.000

	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5	Total
Arriendo	\$ 33.600.000	\$ 40.320.000	\$ 45.158.400	\$ 51.932.160	\$ 57.125.376	\$ 228.135.936
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Servicios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Luz	\$ 930.000	\$ 1.116.000	\$ 1.283.400	\$ 1.411.740	\$ 1.552.914	\$ 6.294.054
Gas	\$ 435.000	\$ 522.000	\$ 600.300	\$ 690.345	\$ 759.380	\$ 3.007.025
Agua	\$ 660.000	\$ 792.000	\$ 910.800	\$ 1.047.420	\$ 1.152.162	\$ 4.562.382
Mantención Jardín	\$ 660.000	\$ 792.000	\$ 910.800	\$ 1.047.420	\$ 1.152.162	\$ 4.562.382
Total Servicios	\$ 2.685.000	\$ 3.222.000	\$ 3.705.300	\$ 4.261.095	\$ 4.687.205	\$ 18.560.600
Salarios		5%	7%	10%	15%	
Directora	\$ 19.200.000	\$ 20.160.000	\$ 21.571.200	\$ 23.728.320	\$ 26.101.152	\$ 110.760.672
Secretaria	\$ 6.750.000	\$ 7.087.500	\$ 7.583.625	\$ 8.341.988	\$ 9.593.286	\$ 39.356.398
Monitora 1 - Jefa Pedagógica	\$ 10.200.000	\$ 10.710.000	\$ 11.459.700	\$ 12.605.670	\$ 14.496.521	\$ 59.471.891
Monitora 2	\$ 10.200.000	\$ 10.710.000	\$ 11.459.700	\$ 12.605.670	\$ 14.496.521	\$ 59.471.891
Co monitora 1	\$ 7.800.000	\$ 8.190.000	\$ 8.763.300	\$ 9.639.630	\$ 10.603.593	\$ 44.996.523
Co monitora 2	\$ 3.250.000	\$ 7.800.000	\$ 8.346.000	\$ 9.180.600	\$ 10.098.660	\$ 38.675.260
Co monitora 3	\$ -	\$ -	\$ 7.800.000	\$ 8.190.000	\$ 9.009.000	\$ 24.999.000
Aseo	\$ 6.000.000	\$ 6.300.000	\$ 6.930.000	\$ 7.969.500	\$ 9.164.925	\$ 36.364.425
Total Salarios	\$ 63.400.000	\$ 70.957.500	\$ 83.913.525	\$ 92.261.378	\$ 103.563.657	\$ 414.096.059
Materiales didácticos	\$ 300.000	\$ 360.000	\$ 414.000	\$ 476.100	\$ 523.710	\$ 2.073.810
Materiales Aseo y baño	\$ 480.000	\$ 576.000	\$ 662.400	\$ 761.760	\$ 837.936	\$ 3.318.096
Total costo variable	\$ 780.000	\$ 936.000	\$ 1.076.400	\$ 1.237.860	\$ 1.361.646	\$ 5.391.906
	\$ 100.465.000	\$ 115.435.500	\$ 133.853.625	\$ 149.692.493	\$ 166.737.883	\$ 666.184.501
Internet / Cable	\$ 660.000	\$ 792.000	\$ 910.800	\$ 1.047.420	\$ 1.152.162	\$ 4.562.382
RRSS - WEB	\$ 22.000.000	\$ 26.400.000	\$ 30.360.000	\$ 34.914.000	\$ 38.405.400	\$ 152.079.400
	\$ 22.660.000	\$ 27.192.000	\$ 31.270.800	\$ 35.961.420	\$ 39.557.562	\$ 156.641.782
TOTAL COSTOS	\$ 123.125.000	\$ 142.627.500	\$ 165.124.425	\$ 185.653.913	\$ 206.295.445	\$ 822.826.283

42. Flujo de Caja (F)

Periodos (años)	Año 0	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
Ventas Tickets		\$ 7.500.000,00	\$ 8.125.000,00	\$ 7.300.000,00	\$ 6.875.000,00	\$ 6.875.000,00	\$ 7.462.500,00	\$ 10.000.000,00	\$ 7.500.000,00	\$ 7.500.000,00	\$ 10.000.000,00	\$ 10.000.000,00	\$ 10.625.000,00	\$ 99.762.500
Venta Domicilio		\$ 125.000,00	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00	\$ 400.000,00	\$ 400.000,00	\$ 400.000,00	\$ 3.175.000,00
Venta cumpleaños		\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 750.000,00	\$ 750.000,00	\$ 5.500.000,00
Venta talleres		\$ 576.000,00	\$ 576.000,00	\$ 576.000,00	\$ 576.000,00	\$ 576.000,00	\$ 576.000,00	\$ 576.000,00	\$ 576.000,00	\$ 576.000,00	\$ 576.000,00	\$ 576.000,00	\$ 576.000,00	\$ 6.912.000,00
Arriendo Sala		\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 135.000,00
Venta cafetería		\$ 88.800,00	\$ 79.200,00	\$ 79.200,00	\$ 79.200,00	\$ 79.200,00	\$ 79.200,00	\$ 79.200,00	\$ 79.200,00	\$ 79.200,00	\$ 79.200,00	\$ 79.200,00	\$ 79.200,00	\$ 960.000,00
(Costo Venta)		\$ 8.544.800,00	\$ 9.235.200,00	\$ 8.410.200,00	\$ 7.990.200,00	\$ 8.290.200,00	\$ 8.877.700,00	\$ 11.420.200,00	\$ 8.970.200,00	\$ 8.970.200,00	\$ 11.470.200,00	\$ 11.820.200,00	\$ 12.445.200,00	\$ 116.444.500,00
		-\$ 1.055.000,00	-\$ 1.055.000,00	-\$ 2.055.000,00	-\$ 2.055.000,00	-\$ 2.055.000,00	-\$ 2.055.000,00	-\$ 2.055.000,00	-\$ 2.055.000,00	-\$ 2.055.000,00	-\$ 2.055.000,00	-\$ 2.055.000,00	-\$ 2.055.000,00	-\$ 22.660.000,00
Margen bruto (GAV)		\$ 7.489.800	\$ 8.180.200	\$ 6.355.200	\$ 5.935.200	\$ 6.235.200	\$ 6.822.700	\$ 9.365.200	\$ 6.915.200	\$ 6.915.200	\$ 9.415.200	\$ 9.765.200	\$ 10.390.200	\$ 93.784.500
(Depreciación)		-\$ 7.470.000,00	-\$ 7.420.000,00	-\$ 7.470.000,00	-\$ 8.220.000,00	-\$ 8.270.000,00	-\$ 8.235.000,00	-\$ 8.400.000,00	-\$ 9.000.000,00	-\$ 9.080.000,00	-\$ 8.960.000,00	-\$ 9.010.000,00	-\$ 8.930.000,00	-\$ 100.465.000
UAI (Ut. Antes de impuesto)		-\$ 172.875	\$ 567.525	\$ 1.307.475	-\$ 2.477.475	-\$ 2.227.475	-\$ 1.604.975	\$ 772.525	-\$ 2.277.475	-\$ 2.357.475	\$ 262.525	\$ 562.525	-\$ 1.267.525	-\$ 8.992.600
Ajuste perdida de arrastre (Impuesto=27%)		\$ -	-\$ 153.232	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	208.582	\$ -	\$ -	-\$ 70.882	151.882	342.232	926.809
UDI(Ut. despés de Impuesto)		-\$ 172.875,00	\$ 414.293,25	-\$ 1.307.475,00	-\$ 2.477.475,00	-\$ 2.227.475,00	-\$ 1.604.975,00	\$ 563.943,25	-\$ 2.277.475,00	-\$ 2.357.475,00	\$ 191.643,25	\$ 410.643,25	-\$ 925.293,25	-\$ 9.919.408,75
Depreciación (Inversión)		-\$ 192.675,00	\$ 192.675,00	\$ 192.675,00	\$ 192.675,00	\$ 192.675,00	\$ 192.675,00	\$ 192.675,00	\$ 192.675,00	\$ 192.675,00	\$ 192.675,00	\$ 192.675,00	\$ 192.675,00	\$ 2.312.100
Capital de Trabajo		-\$ 20.077.698												
Prestamo		\$ 13.385.132	-\$ 335.541	-\$ 335.541	\$ 335.541	-\$ 335.541	-\$ 335.541	-\$ 335.541	-\$ 335.541	-\$ 335.541	-\$ 335.541	-\$ 335.541	-\$ 335.541	-\$ 4.026.487,54
FLUJO VAN		-\$ 19.425.345	-\$ 315.741	\$ 271.428	-\$ 1.450.341	-\$ 2.620.341	-\$ 2.370.341	-\$ 1.747.841	\$ 421.078	-\$ 2.420.341	-\$ 2.500.341	\$ 48.778	\$ 267.778	-\$ 11.633.796
Flujo acumulado		-\$ 315.741	-\$ 44.313	-\$ 1.494.654	-\$ 4.114.994	-\$ 6.485.335	-\$ 8.233.176	-\$ 7.812.098	-\$ 10.232.439	-\$ 12.732.779	-\$ 12.684.002	-\$ 12.416.224	-\$ 11.633.796	-\$ 23.267.593

Periodos (años)	Año 0	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
Ventas Tickets		\$ 99.762.500	\$ 129.691.250,00	\$ 162.114.062,50	\$ 194.536.875,00	\$ 243.171.093,75
Venta Domicilio		\$ 3.175.000,00	\$ 3.810.000,00	\$ 4.572.000,00	\$ 5.029.200,00	\$ 6.638.544,00
Venta cumpleaños		\$ 5.500.000,00	\$ 6.600.000,00	\$ 7.260.000,00	\$ 8.349.000,00	\$ 10.018.800,00
Venta talleres		\$ 6.912.000,00	\$ 8.985.600,00	\$ 9.884.160,00	\$ 10.378.368,00	\$ 11.208.637,44
Arriendo Sala		\$ 135.000,00	\$ 162.000,00	\$ 194.400,00	\$ 213.840,00	\$ 277.992,00
Venta cafetería		\$ 960.000,00	\$ 1.152.000,00	\$ 1.267.200,00	\$ 1.330.560,00	\$ 1.703.116,80
(Costo Venta)		-\$ 116.444.500,00	-\$ 150.400.850,00	-\$ 185.291.822,50	-\$ 219.837.843,00	-\$ 273.018.183,99
		-\$ 22.660.000,00	-\$ 27.192.000,00	-\$ 32.630.400,00	-\$ 39.156.480,00	-\$ 46.987.776,00
Margen bruto (GAV)		\$ 93.784.500	\$ 123.208.850	\$ 152.661.423	\$ 180.681.363	\$ 226.030.408
(Depreciación)		-\$ 100.465.000	-\$ 115.435.500	-\$ 133.853.625	-\$ 149.692.493	-\$ 166.737.883
		-\$ 2.312.100	-\$ 2.312.100	-\$ 2.312.100	-\$ 2.312.100	-\$ 2.312.100
UAI (Ut. Antes de impuesto)		-\$ 8.992.600	\$ 5.461.250	\$ 16.495.698	\$ 28.676.771	\$ 56.980.425
Ajuste perdida de arrastre (Impuesto=27%)		\$ -	\$ -			
		-\$ 926.809				
UDI(Ut. despés de Impuesto)		-\$ 9.919.408,75	\$ 5.461.250,00	\$ 16.495.697,50	\$ 28.676.770,50	\$ 56.980.424,87
Depreciación (Inversión)		\$ 2.312.100	\$ 2.312.100	\$ 2.312.100	\$ 2.312.100	\$ 2.312.100
Capital de Trabajo		-\$ 20.077.698	\$ -			
Prestamo		-\$ 12.732.779	\$ -			\$ 12.732.779
		\$ 13.385.132	-\$ 4.026.487,54	-\$ 4.026.487,54	-\$ 4.026.487,54	-\$ 4.026.487,54
FLUJO VAN		-\$ 19.425.345	-\$ 11.633.796	\$ 3.746.862	\$ 14.781.310	\$ 26.962.383
		-\$ 4.026.487,54	-\$ 4.026.487,54	-\$ 4.026.487,54	-\$ 4.026.487,54	-\$ 4.026.487,54
Flujo acumulado		-\$ 19.425.345	-\$ 31.059.141	-\$ 27.312.279	-\$ 12.530.969	\$ 14.431.414
						\$ 82.430.230

VAN \$34.646.188,76
TIR 39%

- Beta de la Industria 1,1
- Tasa libre de riesgo 7,51%
- Rm 13%
- CAPM 13,8%
- WACC 12,21%



43. Punto de Equilibrio

El nivel mínimo de ventas para lograr igualar los costos se obtiene a partir del punto de equilibrio, para ello se utilizó la siguiente fórmula:

VENTAS NETAS TOTALES	\$944.993.199
COSTOS FIJOS TOTALES	\$666.184.501
COSTOS VARIABLES TOTALES	\$156.641.782

$$PE = \text{Costos Fijos Totales} / 1 - (\text{Costos Variables Totales} / \text{Ventas Netas})$$

\$798.552.281

PUNTO DE EQUILIBRIO ANUAL \$159.710.456

PAYBACK

Inversión	1	2	3	4	5
-\$ 19.425.355	-\$ 31.059.141	-\$ 27.312.279	-\$ 12.530.969	\$ 14.431.414	\$ 82.430.230

12 meses \$ 26.962.383

X meses \$ 12.530.969

X= 5,577089681 meses

Por lo tanto el payback del proyecto sería de 3,6 años

44. Tabla de amortización.

Monto del crédito	13.385.132	
Tasa	1,45%	mensual
Períodos	60	meses
Cuota	335.541	mensual

Cuota anual	4.026.488	equivalente anual
Tasa anual	17,40%	equivalente anual
Total Intereses a pagar	6.747.306	
Monto total a pagar	20.132.438	

Mes	Saldo	Cuota	Interés	Amortización	Saldo K
1	13.385.132	335.541	194.084	141.456	13.243.676
2	13.243.676	335.541	192.033	143.507	13.100.168
3	13.100.168	335.541	189.952	145.588	12.954.580
4	12.954.580	335.541	187.841	147.699	12.806.881
5	12.806.881	335.541	185.700	149.841	12.657.040
6	12.657.040	335.541	183.527	152.014	12.505.027
7	12.505.027	335.541	181.323	154.218	12.350.809
8	12.350.809	335.541	179.087	156.454	12.194.355
9	12.194.355	335.541	176.818	158.722	12.035.633
10	12.035.633	335.541	174.517	161.024	11.874.609
11	11.874.609	335.541	172.182	163.359	11.711.250
12	11.711.250	335.541	169.813	165.728	11.545.522
13	11.545.522	335.541	167.410	168.131	11.377.392
14	11.377.392	335.541	164.972	170.568	11.206.823
15	11.206.823	335.541	162.499	173.042	11.033.782
16	11.033.782	335.541	159.990	175.551	10.858.231
17	10.858.231	335.541	157.444	178.096	10.680.134
18	10.680.134	335.541	154.862	180.679	10.499.456
19	10.499.456	335.541	152.242	183.299	10.316.157
20	10.316.157	335.541	149.584	185.956	10.130.201
21	10.130.201	335.541	146.888	188.653	9.941.548
22	9.941.548	335.541	144.152	191.388	9.750.160
23	9.750.160	335.541	141.377	194.163	9.555.997
24	9.555.997	335.541	138.562	196.979	9.359.018



25	9.359.018	335.541	135.706	199.835	9.159.183
26	9.159.183	335.541	132.808	202.732	8.956.451
27	8.956.451	335.541	129.869	205.672	8.750.779
28	8.750.779	335.541	126.886	208.654	8.542.124
29	8.542.124	335.541	123.861	211.680	8.330.444
30	8.330.444	335.541	120.791	214.749	8.115.695
31	8.115.695	335.541	117.678	217.863	7.897.832
32	7.897.832	335.541	114.519	221.022	7.676.810
33	7.676.810	335.541	111.314	224.227	7.452.583
34	7.452.583	335.541	108.062	227.478	7.225.105
35	7.225.105	335.541	104.764	230.777	6.994.329
36	6.994.329	335.541	101.418	234.123	6.760.206
37	6.760.206	335.541	98.023	237.518	6.522.688
38	6.522.688	335.541	94.579	240.962	6.281.726
39	6.281.726	335.541	91.085	244.456	6.037.271
40	6.037.271	335.541	87.540	248.000	5.789.271
41	5.789.271	335.541	83.944	251.596	5.537.674
42	5.537.674	335.541	80.296	255.244	5.282.430
43	5.282.430	335.541	76.595	258.945	5.023.485
44	5.023.485	335.541	72.841	262.700	4.760.785
45	4.760.785	335.541	69.031	266.509	4.494.275
46	4.494.275	335.541	65.167	270.374	4.223.902
47	4.223.902	335.541	61.247	274.294	3.949.608
48	3.949.608	335.541	57.269	278.271	3.671.336
49	3.671.336	335.541	53.234	282.306	3.389.030
50	3.389.030	335.541	49.141	286.400	3.102.630
51	3.102.630	335.541	44.988	290.552	2.812.078
52	2.812.078	335.541	40.775	294.765	2.517.312
53	2.517.312	335.541	36.501	299.040	2.218.273
54	2.218.273	335.541	32.165	303.376	1.914.897
55	1.914.897	335.541	27.766	307.775	1.607.122
56	1.607.122	335.541	23.303	312.237	1.294.885
57	1.294.885	335.541	18.776	316.765	978.120
58	978.120	335.541	14.183	321.358	656.762
59	656.762	335.541	9.523	326.018	330.745
60	330.745	335.541	4.796	330.745	0

6.747.306 13.385.132

45. CONCLUSIONES

- El plan de negocios, es fundamental para realizar una evaluación del emprendimiento.
- Desde el punto de vista del entorno, el proyecto analizado es viable, sustentable y eficiente
- Busca satisfacer una necesidad primaria que es el cuidado de niños dentro de un nicho con mucha competencia, sin embargo, su valor está en la diferenciación al ofrecer un servicio con un factor fundamental que es la flexibilidad y calidad sustentado en una potente plataforma tecnológica.
- El uso de herramientas digitales para la promoción y venta es de alta importancia.
- De acuerdo a la investigación de mercado, el producto genera grán interés y expectativas en los prospectos encuestados
- El proyecto es viable técnicamente y financieramente
- El proyecto es rentable a una tasa de descuento de 12,21% y generando un valor actual neto de \$34.646.9188,76 su tasa de retorno interno es de 39%, el periodo de recuperación de la inversión es de 3,6 años.
- Es importante destacar el impacto positivo que el servicio de cuidado de niños puede tener en los clientes. Al proporcionar un servicio confiable y de calidad, se brinda a los padres la tranquilidad y la seguridad de que sus hijos están en buenas manos.
- El cuidado de los niños es una responsabilidad que los padres toman muy en serio, y contar con un servicio confiable y flexible les permite cumplir con sus obligaciones laborales y personales sin preocupaciones excesivas. Esto les brinda la oportunidad de equilibrar mejor su vida profesional y familiar, lo que a su vez contribuye a su bienestar y calidad de vida.
- Además, el servicio de cuidado de niños puede tener un impacto positivo en el desarrollo y bienestar de los propios niños. Al estar bajo el cuidado de profesionales capacitados y atentos, los niños pueden disfrutar de actividades enriquecedoras, aprendizaje y socialización adecuada para su edad. Esto puede contribuir a su desarrollo cognitivo, emocional y social, sentando las bases para un futuro exitoso.
- El servicio también puede ofrecer beneficios adicionales, como la conveniencia y flexibilidad para los padres al poder reservar y programar el cuidado de sus hijos de acuerdo con sus necesidades y horarios. La plataforma tecnológica utilizada facilita el proceso de reserva y comunicación entre los padres y los cuidadores, lo que agrega valor y comodidad a la experiencia del cliente.

46. Bibliografía

Ministerio de Desarrollo Social. (2019). Encuesta Longitudinal de Primera Infancia (ELPI): Tercera Ronda. Observatorio Social del Ministerio de Desarrollo Social. Recuperado de <http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/elpi-tercera-ronda>

Gobierno de Chile. (2021). Política Nacional de Cuidado Infantil: Una apuesta por el buen trato y la equidad. Ministerio de Desarrollo Social y Familia. Recuperado de http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/storage/docs/Publicaciones/2021/06/21.06.2021-Politica_Nacional_Cuidado_Infantil.pdf

Subsecretaría de Educación Parvularia. (2020). Orientaciones Técnicas para la Implementación de Salas Cuna y Jardines Infantiles en Chile. Ministerio de Educación. Recuperado de https://parvularia.mineduc.cl/wp-content/uploads/sites/15/2020/01/orientaciones_tecnicas_salas_cuna_jardines_infantiles_chile.pdf

Alarcón, P., & Raczynski, D. (2019). Estado y desarrollo de la educación inicial en Chile. *Revista Estudios Pedagógicos*, 45(1), 7-26. doi: 10.4067/S0718-07052019000100007

Castillo, M., & Moreno, G. (2020). Quality of Preschool Education in Chile: Evidence from the SIMCE-Kindergarten Assessment. *Revista Latinoamericana de Educación Comparada*, 11(18), 51-70. doi: 10.24235/ral.v11i18.1320

Dirección General de Jardines Infantiles (Junji). (2021). Situación Nacional de Jardines Infantiles y Salas Cuna 2020. Recuperado de http://www.junji.gob.cl/descargas/situacion_nacional_jardines_infantiles_salas_cuna_2020.pdf

Cofré, C., & Dussaillant, F. (2019). Maternidades, trabajo y cuidado en Chile: Percepciones y experiencias de las mujeres trabajadoras. Santiago, Chile: Ediciones Universidad Alberto Hurtado.

Instituto Nacional de Estadísticas (INE). (2019). Anuario de estadísticas vitales 2019: Síntesis [PDF]. Recuperado de https://www.ine.gob.cl/docs/default-source/nacimientos-matrimonios-y-defunciones/publicaciones-y-anuarios/s%C3%ADntesis-anuarios-de-estad%C3%ADsticas-vitales/anuario-de-estad%C3%ADsticas-vitales-2019-s%C3%ADntesis.pdf?sfvrsn=e5739195_4

Cámara de Diputados de Chile. (s.f.). (2020) Proyecto de ley 203835: Modifica el Código del Trabajo en materia de inclusión laboral de personas con discapacidad [Documento de comisión]. Recuperado de https://www.camara.cl/verDoc.aspx?prmID=203835&prmTipo=DOCUMENTO_COMISION



47. Anexos.



MAKER ARQUITECTURA Y CONSTRUCCION SPA
RUT: 77.044.075-0
Dirección: Irazzaval 4255, Ñuñoa.
Telefono: 233 410 414

PRESUPUESTO

Remodelación Guardería Infantil

Sr. Daniel Fuentes

Ubicación: Los Mesías, Las Condes

Fecha: 30 Mayo 2023

					N°267
ITEM	DESIGNACION	UNID	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	<u>Adaptación baños existentes</u>				
1.1	Retiro de WC existente. Suministro e instalación nuevo WC niños, incluye adaptación de centros y sellos	c/u	2	157.500	315.000
1.2	Retiro de sanitario existente. Suministro e instalación nuevo sanitario niños, incluye sifon, llave monomando.	c/u	2	109.250	218.500
2	<u>Tabiques interiores</u>				
2.1	Demolición tabique divisorio dormitorio 1 y 2	m2	16	4.550	72.800
2.2	Reparación de vano por demolición de tabique, incluye yeso, empaste y pintura.	gl	1	45.000	45.000
3	<u>Pintura interior</u>				
3.1	Latex vinilico en cielo dormitorio 1 y 2	m2	32	5.950	190.400
3.2	Esmalte al agua en muros 3 dormitorios	m2	150	5.950	892.500
4	Aseo General y retiro de escombros	gl	1	100.000	100.000
				Neto	1.834.200
				IVA 19%	348.498
				Total	2.182.698

Condiciones Generales:

Plazo de ejecución estimado: 5 días

Forma de pago: Anticipo 30%, saldo Estados de pago quincenales conforme el avance de las obras

En los precios se ha considerado los materiales, mano de obra, herramientas y equipos para ejecutar los trabajos

Pago de derechos, impuestos, permisos, proyectos y otros serán de cargo del propietario

Presupuesto a suma alzada

Validez del presupuesto 10 días



Autorización única para toda memoria presentada en Universidad Gabriela Mistral

I. Detalle de la memoria

Nombre de los integrantes:	Daniel Fuentes Carlos Staforelli
Carrera / Magíster/Posgrado:	Ingeniería en Administración de empresas
Correo electrónico:	Daniel.fuentes@ugm.cl Carlos.staforelli@ugm.cl
Título de la memoria:	Bee my Friend
Mención a la que opta (si tiene):	Marketing Digital
Profesor (es) guía(s):	Carolina Cornejo
Materias o descriptores: Asignar conceptos específicos al tema desarrollado en la memoria (máximo 4)	Guardería infantil
Fecha de entrega a biblioteca (día, mes, año):	28/06/2023



II. Autorización de publicación


Autorización para subir documentos digitalizados en el Repositorio Digital UGM

Autorizo a la Universidad Gabriela Mistral para incluir esta memoria en el repositorio digital de la universidad, con el fin de diseminarlo, almacenarlo y preservarlo, quedando disponible en texto completo y de libre acceso.

A considerar para la autorización de publicación de memorias en el repositorio digital

- **Si usted como autor o autores deciden autorizar.** El documento estará disponible en texto completo.
- **Si usted como autor o autores deciden usar embargo.** Consiste en establecer una cantidad de tiempo en que la publicación no estará en libre acceso; es una alternativa a la publicación inmediata. El tiempo de embargo consiste en 6 meses, 1 año o 2 años.
- **Si usted como autor o autores deciden no autorizar.** Se creará un documento con datos básicos **portada, tabla de contenido y resumen** (metadatos) y colocará esa información en el sitio web, tal como si fuese una referencia bibliográfica. Se indicará en el registro que el autor decidió no autorizar el acceso al documento en texto completo.

Firma de autorización por cada uno de los autores de la memoria

	<p>DocuSigned by:</p>  <p>21C6A6FFCFF84D2...</p> <p>DocuSigned by:</p> <p>Carlos Staforelli</p> <p>7ED06BC5BB884BC...</p>	
Uso de embargo	Autorización total	No autorizo

Indique período de tiempo de embargo:

6 meses ____ 1 año ____ 2 años ____